

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Etika ve firemním prostředí

Ethics in Corporate Environment

Student: Jan Gomola

Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Martin Černek, Ph.D.

Ostrava 2011

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci včetně příloh vypracoval samostatně.

V Ostravě dne 11. května 2011

.....

Jan Gomola

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval PhDr. Martinu Černekovi, Ph.D. za jeho čas, cenné připomínky a odborné vedení, kterým přispěl ke zpracování této bakalářské práce.

Obsah:

Úvod	7
1.1 Východiska etických postojů	8
1.1.1 Vymezení pojmu etika.....	8
1.1.2 Strukturování etiky a kategorie etiky.....	9
1.1.3 Etika v ekonomice	10
1.1.4 Právo a etika	11
1.2 Podnikatelská etika	12
1.2.1 Vymezení podnikatelské etiky.....	12
1.2.2 Historický vývoj podnikatelské etiky	13
1.2.3 Podnikatelské prostředí.....	14
1.2.4 Dimenze podnikatelské etiky.....	15
1.2.5 Etické zásady podnikání	15
1.2.6 Instituce rozvíjející etiku	16
1.2.7 Zisk v tržním hospodářství a vztah.....	19
1.2.8 Vztah etiky a zisku	21
1.2.9 Faktory ovlivňující etické jednání v podnikatelském prostředí.....	22
1.2.10 Důvody pro etické chování podniku	24
1.3 Společenská odpovědnost firem (CSR)	25
1.3.1 Teorie zahrnující společenskou odpovědnost.....	27
1.4 Způsoby implementace etiky do podniku	29
1.4.1 Vymezení etického kodexu	29
1.4.2 Funkce etického kodexu	30
1.4.3 Přínos etického kodexu podnikům	31
1.4.4 Zásady ideálního etického kodexu	31
1.4.5 Proces tvorby etického kodexu.....	32
1.4.6 Předmět úpravy etického kodexu	32

1.4.7	Základní myšlenky při tvorbě etického kodexu	33
2	Praktická část	34
2.1	Představení společnosti Desaka s.r.o.	34
2.2	Základní údaje společnosti Desaka s.r.o.	35
2.3	Majetková struktura společnosti	35
2.4	Použité metody sociálního výzkumu	36
2.5	Dotazník	36
2.6	Vyhodnocení dotazníku	37
2.7	Návrhy a doporučení	50
	Závěr	52
	Seznam použité literatury:	52
	Seznam obrázků:	55
	Seznam grafů:	55
	Seznam tabulek:	56
	Seznam příloh:	56

Úvod

Podnikání je založeno kromě ekonomického aspektu s ekonomickými cíly rovněž na dodržování podnikatelské etiky ve všech směrech svého působení dotýkajícího se vztahů se zákazníky a obchodními partnery. Jednou z nezbytných podmínek je dobrá pověst společnosti, bez které není možné dlouhodobé udržení dobrých vztahů k zákazníkům a obchodním partnerům. Získání důvěry obchodního světa je další nezbytný aspekt podnikání.

Dobrá pověst firmy v obchodním světě je jednou z nejcennějších deviz. Je vytvářena zejména chováním v obchodních vztazích, kde zákazníci a obchodní partneři očekávají dodržování etické standardy a mohou se spolehnout na plnění závazků a na poctivém chování všech spolupracovníků, zaměstnanců a obchodních zástupců.

Cílem mé bakalářské práce byla analýza etického prostředí ve vybrané firmě Desaka s.r.o., která se zaměřuje na prodej a obchodování se sportovními potřebami a následný pokus o navržení etických pravidel, které by firma v budoucnu mohla přijmout.

Má bakalářská práce je rozdělena do čtyř kapitol.

V první kapitole, jsem se zaměřil na vysvětlení pojmu etika. Zajímalo mě, odkud slovo pochází a co vůbec znamená. Další součástí kapitoly bylo rozdělení etiky, a jaký má vztah s právem.

Druhá kapitola je zaměřena již na podnikatelskou etiku. Etika stále častěji vstupuje do ekonomiky a stává se běžnou součástí podnikání. Vzájemný průnik etiky a ekonomiky představuje podnikatelská etika. Vztah zisku a etiky byl také součástí této kapitoly.

Třetí kapitola je věnována průzkumu etického prostředí ve firmě Desaka s.r.o. formou dotazníkové metody, ve kterém byli osloveni všichni zaměstnanci firmy. Součástí této kapitoly je i představení této společnosti.

V závěrečné kapitole hodnotím přínos etiky v podnikání a zároveň se pokouším navrhnout základ pro vytvoření určitých psaných etických pravidel ve firmě Desaka s.r.o.

1.1 Východiska etických postojů

1.1.1 Vymezení pojmu etika

Výraz etika jakožto filozofický pojem nelze přesně definovat bez možnosti vyvrátit nebo upravit tuto definici podle subjektivních kritérií. Existují různé formy etiky a možnosti použití tohoto slova.

V následujícím textu se budu snažit co nejpresněji tento pojem popsat z co možná nepřijatelnějších pohledů.

Slovo etika podle publikace je odvozeno ze starořeckého slova *éthos*. Toto slovo má tři významy:

- bydliště, byt nebo vlast;
- zvyk, mrav, životní způsob;
- charakter, mravnost, morálka.

Jak je vidno, etika bývá často ztotožňována s naukou o morálce. Morálka pochází s latinského slova *mos*, který je překládán jako mrav nebo předpis, a také chování. Morálka vychází, jak již latinský překlad prozrazuje, z mravů.

Etika a morálka se může také lišit. Zatímco morálka popisuje skutečnost jaká ve skutečnosti „je“, tedy současný stav. Etika vyjadřuje představu co „má být“.

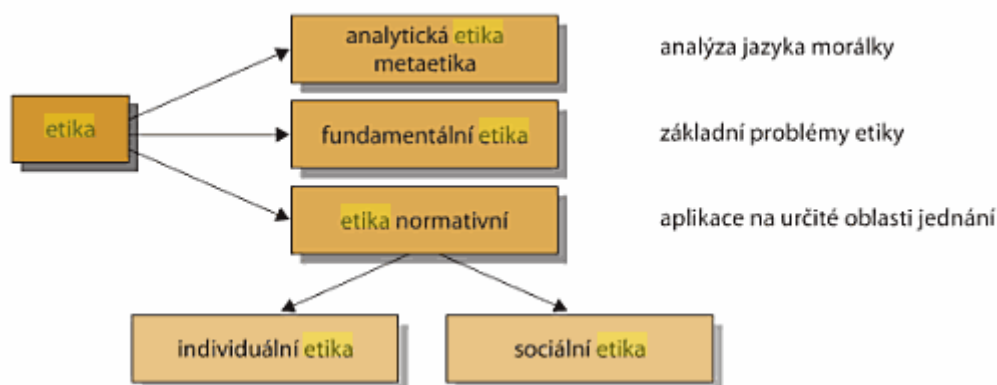
Etika jako nauka o morálce nastiňuje stav a motivuje nás ke stavu, který by měl být. Jde o vědní disciplínu, která se zabývá studiem mravního chování, jež v sobě zahrnuje odpovědnost za vlastní chování (vůči druhým a širokému prostředí), oprávněnost a svobodu volby.

Obecně lze říct, že etika *„ustavuje, co jest právem mravné a co jest nemravné, přičemž někdy platné názory mravní přičí se názorům správným“*¹

¹ BLÁHA, J.; DYTRT, Z. Manažerská etika. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003. 155 s. ISBN 80-7261-084-8. Str.16.

1.1.2 Strukturování etiky a kategorie etiky

Etika není homogenní, jak z hlediska zkoumání, tedy logické uspořádanosti, tak z hlediska etického vývoje, tedy z pohledu historické posloupnosti.



Obr. č. 1.1. Rozdělení etiky, zdroj: Putnová a Seknička (2007)

- **deskriptivní etika**, která popisuje současný stav a představuje první stupeň vědeckého poznání. Pro deskriptivní etiku je důležitá skutečnost, že se nesnaží zjišťovat, co je a není správné. Popisuje pouze danou situaci.
- **normativní etika**, říká nám, jak bychom měli jednat. Týká se toho, co má být, ale respektuje to, co je.
- **metaetika**, zkoumá etické pojmy, jazyk etiky, význam slov.
- **aplikovaná etika**, je nejnaléhavější a nejdůležitější. Téměř v každé oblasti, v povolání, profesním sdružení existují etické otázky. Příkladem může být lékařská etika, etika životního prostředí, žurnalistická etika, podnikatelská etika, které se budu v následující části podrobně věnovat.

Pojmům v etice se říká kategorie. Jsou to například „dobro“ a „zlo“, morální normy a etické hodnoty, jejichž společným rysem je abstrakce a nesnadná definovatelnost.

Etika rozlišuje to, co je dobré a zlé. Dobro je život, mír, láska a péče. Zlo je z dějin lidstva ubližování, neomezená moc a ničení. Musíme si taky uvědomit, že základy některých doporučení pro manažery vychází s názorů antických filosofů a filosofii. Jde například o pozitivní myšlení nebo utilitarismus.

Morální normy jsou nejenže chápány jako určité pravidlo, doporučení, které usměrňuje chování a jednání člověka v sociální skupině, ale také plní donucovací funkci. Konfucius,² čínský filosof, formuloval tři výroky, které jsou považovány za etické v Evropě.

- všichni lidé jsou stejní svojí přirozeností
- čeho chceš sám dosáhnout, k tomu dopomáhej druhým
- co sám nechceš, nečiň druhým

Etika a náboženství mají k sobě hodně blízko. Náboženství a různá vyznání podobně jak etika rozlišuje mezi vhodným a nevhodným chováním. K nejznámějším etickým požadavkům patří určité křesťanské desatero (dekalog). Příkázání dekalogu jsou chápána, jako normy morálního chování nejen pro věřící, ale jsou přístupné každému člověku.

1.1.3 Etika v ekonomice

Dnešní tržní hospodářství vychází z faktu prospěchu jedince, který nabídne společnosti něco, co ji obohatí a tím obohatí i sám sebe. Hranice mezi obohacením společnosti a vykořisťováním je však velice tenká a v tomto bodě přichází na řadu právě etika a její “základy slušného chování”.

Podnikatel a jeho podnik v celém koloběhu tržního procesu musí zákonitě přicházet dnes a denně do kontaktu s lidmi, musí se chovat ke všem tak, aby vše proběhlo v pořádku a optimálně.

Přirozenou nutnost aplikovat etiku do veškerého jednání, tedy i do obchodního styku vystihuje Barry (1999) takto: *„Každodenním obchodováním a kontaktem s obchodními partnery, dodavateli a zákazníky lidé brzy zjistili, že je důležité věnovat pozornost vlastnímu jednání a chování. Ztráta jistoty či důvěry jednoho z obchodních partnerů může pramenit v sociální a ekonomickou ztrátu pro nás samotné. Vlastní zájem je důvodem k prokazování zdvořilosti a ohleduplnosti k našim zákazníkům, na základě obavy ze ztráty na úkor obchodních soupeřů s vynikajícím chováním a etickými zásadami, má etika tendenci se časem internacionalizovat a vytvářet všeobecně platné normy chování pro ostatní. Během času se*

² BLÁHA, J.; DYTRT, Z. Manažerská etika. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003. 155 s. ISBN 80-7261-084-8. Str.20.

*takové chování stává institucionalizovaným mezilidským kodexem, který je obvykle považován v dobře vychované a kultivované civilizaci za nezbytný.*³

V dnešní době bohužel vidíme spoustu příkladu neetického jednání podnikatelských celků, které by měly být vzorem. A právě v této chvíli se rozpoutává nebezpečná spirála morálního úpadku. Kdy na první pohled obrovské zisky, jsou vykoupeny překročením základní lidské slušnosti. V tomto ohledu má značnou roli právo, tedy společností nastolené právní normy, jejichž překročení může být sankcionováno.

1.1.4 Právo a etika

Existují případy v historii, kdy vydané zákony se vymykají základním morálním a etickým normám, a tudíž se lidé chovali podle nich a způsobovali tím nemalé problémy. Jde hlavně o příklady ve druhé světové válce, kde velcí vůdcové, vydali neetické zákony. Nasouvá se tedy otázka, proč tomu tak je. Jsou tito lidé, kteří vydali tato zákony neetičtí?

Jde tedy o rozpor mezi názory lidí, co považují za etické a co ne. Co je pro jednoho etické, může být pro druhého bráno jako neetické. Neexistují zákony, které by všem vycházely vstříc a všichni by je považovali za etické.

Významným zdrojem etiky a etického myšlení jsou dokumenty (charty, deklarace), upravující lidskou svobodu, rovnost, důstojnost a solidaritu a formulující základní etické normy a hodnoty. Respektování lidských práv a svobod v organizaci je zárukou efektivnosti a dobré image firmy. Na druhé straně nedodržováním práv zaměstnanců se organizace dostat do velkých problémů.

Významné vyhlášení o lidských právech podle literatury Bláhy a Dytrta (2003) ukazuje následující obrázek č. 1.2. :

³ BARRY, Norman . *Business Ethics*. West Lafayette : Purdue University Press, 1999. 191 s. ISBN 1-55753-162-5. Str 35.

	1000	Magna Charta libertatum
		Deklarace nezávislosti a Listina práv (USA)
W a t e r l o o	1800	Deklarace práv člověka a občana
Světové války	1900	
		Všeobecná deklarace lidských práv
		Mezinárodní pakt o občanských a politických právech
	1948	Listina základních práv a svobod (Praha 9.1.1991)
	2000	Charta základních práv EU

..

Obrázek č. 1.2. Významné dokumenty o lidských právech

1.2 Podnikatelská etika

1.2.1 Vymezení podnikatelské etiky

„Podnikatelská etika je naukou o obchodních situacích, aktivitách a rozhodnutích, které mohou být správné nebo špatné.“⁴

Etika stále častěji vstupuje do ekonomiky a stává se běžnou součástí podnikání. Vzájemný průnik etiky a ekonomiky představuje podnikatelská etika.

Mnoho autorů poukazuje na to, že každodenní obchodní aktivity se neobejdou bez prostředku základních etických standardů, jako je poctivost, spolehlivost a spolupráce. Jestliže obchodní ředitel stále lže, pokud prodejci a nákupčí nenajdou nikdy mezi sebou důvěru nebo, když zaměstnanci stávkují při pomoci jeden druhému, je nemožné provádět etické obchodní aktivity.

Podnikatelská etika podle Krymlákové (2009) se zabývá aplikací etických hodnot do podnikání. Patří do skupiny aplikované etiky, která je zaměřena na etická pravidla a principy podnikání, možné morální a etické problémy, které mohou nastat během podnikatelské činnosti a specifické povinnosti a závazky, které z ní vyplývají.

⁴ CRANE, A.; MATTEN, D. *Business ethics*. 2nd ed. New York: Oxford, 2007. 566 p. ISBN 97-80-199284-993. Str. 5. Volný překlad.

Podnikatelská etika je nová disciplína. Má za sebou relativně krátkou historii a vývoj. Zaměřuje se na hledání teoretických konceptů chování firem i jejich zodpovědných zástupců ve světě podnikání.

1.2.2 Historický vývoj podnikatelské etiky

Historie podnikatelské etiky nemá dlouhé kořeny. V následujícím textu podle Krymlákové (2009) se budu snažit osvětlit historické milníky této disciplíny.

Profesní etika v ekonomické činnosti, jak můžeme podnikatelské etice říkat, začíná na začátku dvacátého století. Po druhé světové válce se začínaly formovat názory, že zvýšení produkce a obecně životního standardu nesouvisí pouze se zvýšením konzumace zboží a služeb, nýbrž také sociální aspekty, také jak vzdělání, míra kriminality, kvalita životního prostředí, diskriminace apod.

Za zrod disciplíny podnikatelská etika můžeme považovat rok 1974. Byla vydána na konferenci v Kansasu kniha s názvem: *Ethics, Free Enterprise and Public Policy: Essay on Moral Issues in Business*.

Osmdesátá léta minulého století jsou pro tuto disciplínu dobou rozvoje jako směru, řešícího vztah etiky a ekonomie. Velký význam pro tuto disciplínu mělo ustavení Kulatého stolu v Caux (The Caux Round Table), kde manažeři z Evropy, Japonska a Severní Ameriky diskutovali o naplňování požadavků základních etických norem v mezinárodním obchodě. Výsledkem spolupráce byl dokument *Principles for Business*, který vychází ze dvou základních etických ideálů:

- kyosei- požadavek žít a pracovat pro obecné blaho
- požadavek na respektování lidské důstojnosti- lidská bytost je sama od sebe cílem a nemůže sloužit k naplňování cílů jiných osob

Léta devadesátá lze označit jako dobu institucionalizace podnikatelské etiky. K nejznámějším dílům tohoto období patří určitě kniha od Švýcarského teologa Artura Riche *Wirtschaftsethik* (Etika hospodářství), která se píše o principech humanity, vycházející z křesťanského přístupu k životu.

Po pádu železné opony se v Evropě se v podnikatelské etice otevřely nové témata. Šlo hlavně o pád komunismu a přechod od centrálně plánované ekonomiky k tržní ekonomice.

Začátek nového století je spojován s hledáním nových přístupů k podnikatelské etice. První léta tohoto století jsou pro podnikatelskou etiku zklamáním a zkouškou. Účetní podvody velkých evropských firem, přinesly pochybnosti o budování etického systému řízení. Ale veškeré závažné politické a ekonomické události nového millenia, posílily postavení podnikatelské etiky, která pomáhá rozvoji ekonomických aktivit.

1.2.3 Podnikatelské prostředí

Podnikatelské prostředí není statické. Vyvíjí se obrovským tempem v závislosti na úrovni ekonomiky, politiky jak domácí, tak zahraniční a v neposlední řadě také i etických postojů jednotlivců při plnění politického, ekonomického a sociálního rozvoje společnosti. Uplatnění etiky v podnikatelském prostředí je bráno za prioritu, protože nemá jenom pozitivní vliv na podnik, ale je spojena i s nežádoucími jevy a jejich dopadem na mezilidské vztahy. To se projevuje častými nedostatky hlavně v komunikaci.

Vývoj světové ekonomiky vyžaduje neustálé prohlubování odbornosti, etických postojů k urychlení přizpůsobování podnikatelského prostředí a výkonnosti naší ekonomiky požadavkům domácího a světového trhu.

Pozitivní vývoj podnikatelského prostředí záleží na partnerské spolupráci mezi dalšími organizacemi. V dnešní době je všeobecně známo, že organizace vzájemně potřebují a nemohou bez sebe existovat. Čím je míra etiky ve vzájemných postojích vyšší, tím je spolupráce a vzájemná prospěšnost na lepší úrovni.

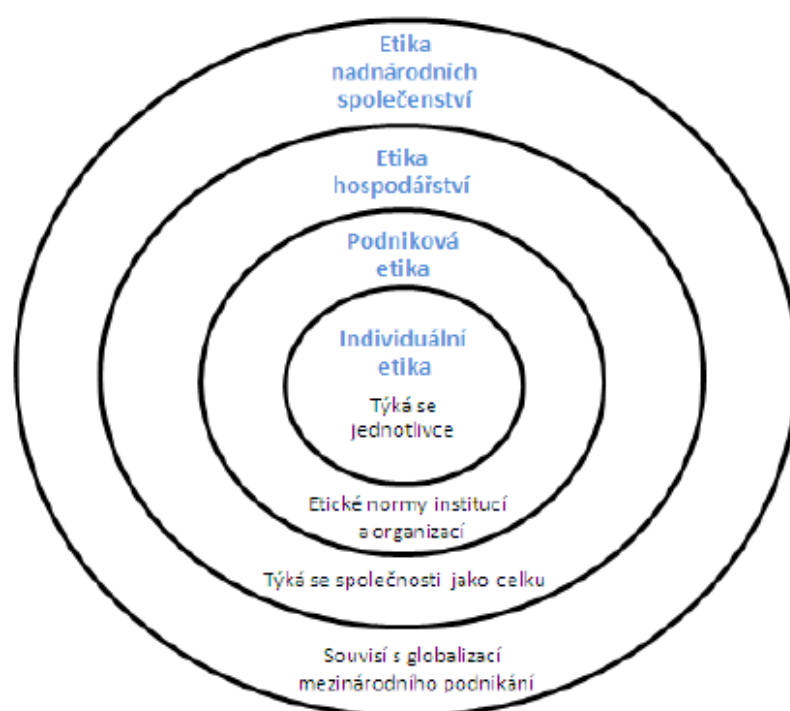
Za nejznámější metodu rozvoje etického partnerství je považována metoda „vítěz-vítěz (*win-win*)⁵). Spočívá v tom, že všichni účastníci partnerských aktivit musí být ve výsledku svého jednání, spolupráce a rozhodování vítězi.

Můj názor je, že žádná firma se v dnešní době neobejde bez dobrého vztahu manažer-zaměstnanec. Právě tato spolupráce a vzájemné respektování se navzájem přispívá k prosperitě firmy. Samozřejmostí je dodržování etických norem a lidské morálky. Firma by si měla uvědomit, že bez dobrého zacházení s lidskými zdroji, nikdy nedosáhne svých cílů.

⁵ DYTŘT, Z. a kolektiv *Etika v podnikatelském prostředí*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 196 s. ISBN 80-247-1589-9. Str.14.

1.2.4 Dimenze podnikatelské etiky

Na následujícím obrázku 1.3 vidíme vývoj etiky jednotlivce, až k etice nadnárodních společností. Soustředné kruhy naznačují, s tím souvisejí jednotlivé druhy etiky od etiky jednotlivce až po etiku nadnárodních společností. Největší okruh etiky je spojen globalizací mezinárodního podnikání a zahrnuje všechny ostatní etické normy od jednotlivce až po společnost.



Obrázek č. 1.3. Dimenze podnikatelské etiky, zdroj: Bláha (2001)

1.2.5 Etické zásady podnikání

V této kapitole se více zaměřím na již zmíněný dokument Principles for Business a jeho obsahu. Budu vycházet s publikace pana Bláhy a Dytrta (2003). Tento dokument se skládá ze třech kapitol.

V Úvodní kapitole autoři konstatují, že nejenom zákony a tržní síly jsou důležité v obchodě, ale také apelují na vlastní odpovědnost a vzájemné respektování všech zúčastněných stran.

Ve druhé kapitole je uvedeno sedm zásad etického jednání v současném podnikatelském prostředí, které autoři uvádějí takto.:

Zásada č. 1: Odpovědnost podnikání: Nejenom odpovědnost vůči akcionářům-shareholderům, ale i vůči zákazníkům, zaměstnancům, konkurenci a širší veřejnosti-stakeholderům.

Zásada č. 2: Ekonomický a sociální vliv na podnikání: Jde o organizace působící v méně rozvinutých zemích a měly by přispívat k ekonomickému rozvoji země a být příkladem v dodržování lidských práv.

Zásada č. 3: Podnikatelské chování: Pravdomluvnost, upřímnost, otevřenost, respektování dohod, transparentnost. Firma by je měla dodržovat a zdůrazňovat.

Zásada č. 4: Respektování pravidel: Nutnost respektování předpisů a práv dané země i mezinárodních úmluv. Ne všechna dodržování práv má pozitivní účinek.

Zásada č. 5: Podpora mezinárodního podnikání: Organizace by měly spolupracovat a podporovat a vše řešit v rámci obchodního systému WTO a dalších mezinárodních dohod a předpisů.

Zásada č. 6: Ochrana životního prostředí: Jde o ochranu životního prostředí a úsporné využívání přírodních zdrojů a jejich obnova.

Zásada č. 7: Vystříhání se nezákonných operací: Upozornění na takové jevy jako korupce, podplácení, praní špinavých peněz, obchod s narkotiky a zločiny a snaha o jejich eliminaci.

Třetí kapitola se věnuje základním principům jednání se zainteresovanými skupinami-*stakeholders*.

1.2.6 Instituce rozvíjející etiku

Existují na světě instituce zabývající se etickými normami v podnikání a dopomáhají k správnému rozšiřování etických principů. Tyto instituce vedou firmy k etickému chování a pomáhají jim najít správnou cestu.

Světové organizace

Podle Bláhy (2001) jde hlavně o tyto organizace:

European Business Ethics Network-EBEN

Do této neziskové organizace jsou zapojeny státy jako Nizozemsko, Španělsko, Anglie, Itálie, Německo a také Česká republika. Do členů EBENU patří podnikatelé, manažeři, teoretikové snažící se projednávat běžné etické problémy.

Business Leaders Forum

Je to nevýdělečná organizace mapující problémy ovlivňující společnost, způsob život, a rizika z toho plynoucí. Od roku 1990 v čele stojí Charles, princ z Walesu. Sdružuje firmy na národní i nadnárodní úrovni, které mají zájem o aplikaci etických norem do podnikání. Součástí je od roku 1992 také Česká republika.

Transparency International

Jde o nevládní mezinárodní organizaci zabývající se korupcí na mezinárodní úrovni v oblasti obchodu. Je to významný „hráč“ ovlivňující transparentnost mezinárodního obchodu. Její sídlo je v Berlíně. Má kolem 50 poboček, jedna také u nás. Každá pobočka se musí řídit dvěma základními pravidly. Nesmí vyšetřovat jednotlivá obvinění z korupce, protože to je věc trestních orgánů. Pobočka musí zaujímat politicky neutrální postoj, aby nedocházelo k podpoře vlády nebo opozice.

Společnost pro etiku v ekonomice

Vznik této společnosti uzrál roku 1994. Jejími členy jsou převážně akademičtí pracovníci v počtu překračujícím 40 členů. Cíl Společnosti pro etiku v ekonomice je zakotven v jeho stanovách, jež obsahují tyto body:

- podpora etického myšlení ve všech sférách ekonomického života i v dalších oblastech, zejména ve vzdělání, vědě, poradenství atd.
- propagaci informací vývoje ekonomiky,
- spolupráci s českými médii,
- organizování přednášek, seminářů, diskusí a neformálních setkání členů organizace.

Společnost pro etiku v ekonomice spolupracuje s výše zmíněnou evropskou organizací EBEN a také s mezinárodním projektem Council for Ethics in Economics, jenž se zabývá vlivem globalizace na organizace a jejich etické odpovědnosti. Neméně významnou aktivitou Společnosti pro etiku v ekonomice je užší mezinárodní spolupráce mezi Polskou, Slovenskou, Maďarskou a Českou republikou. Společnost se snaží konvergovat tyto země k těsnější spolupráci prostřednictvím připravovaného projektu. Prvotním cílem je tyto postkomunistické země prostřednictvím výměny informací a osvěty vzdělávat a připravovat vhodné podmínky pro infiltrování etických zásad do řízení stávajících i nově se rodících společností.

Další organizací, která významně podporuje etiku v podnikání, patří podle Sekničky a Putnové (2007)

CSR Europe

CSR, tedy Corporate Social Responsibility. CSR má za cíl rozvoj společenské odpovědnosti podnikání. Nezisková organizace má sídlo v Bruselu. Sdružuje okolo 65 firem a partnerských organizací.

Cíl CSR Europe lze shrnout do těchto základních bodů:

- Propagovat koncept Corporate Social Responsibility (společenská odpovědnost podnikání) a etiky podnikání.
- Prohlubovat dialog mezi byznysem, investory, evropskými vládami, sociálními skupinami a občanskou společností.
- Stát se nezávislou autoritou ve věcech CSR.
- Nabízet poradenství a školení.
- Podporovat legislativní změny, usnadňující implementaci principů CSR.
- Vzdělávat experty pro oblast CSR

Instituce působící u nás

V České republice je myšlenka etického podnikání propagována mnoha institucemi. Jedná se většinou o nevládní iniciativy, neziskové organizace, občanská sdružení, nadace nebo soukromé poradenské společnosti.

V publikaci Krymlákové (2001) je uvedeno několik instituce a vybírám některé z nich, které si myslím, že jsou neznámější a nejvíc přispívají k rozvoji etiky:

Transparency International Česká republika (TIC)

Působí u nás od roku 2004. Tato organizace každoročně zajišťuje míru korupce v České republice a prosazuje preventivní opatření vedoucí k potírání korupce ve veřejném a soukromém sektoru.

AISIS

Jedná se o občanské sdružení, které se zabývá tvorbou a realizací obecně prospěšných projektů a vzdělávacích programů, programů pro rozvoje firem a preventivních programů.

Business Leaders Forum Česká republika (BLF)

Tato organizace byla založena z iniciativy International Business Leaders Fora (ILBF) v roce 1992. K náplni práce BLF patří stejně jako u její partnerské organizace ILBF prosazování dodržování etiky v podnikatelské praxi, podporování partnerství mezi veřejným soukromým a neziskovým sektorem.

Etické fórum České republiky

Etnické fórum České republiky je občanské sdružení. Reaguje na potřeby současné společnosti v hledání nových postojů, hodnotových systémů, které umožní rozvinutí demokracie, odstraní lhostejnost člověka k člověku, posílí mladou generaci a umožní ji vyrůstat a realizovat se ve skutečné osobnosti, které budou zárukou uspokojivé budoucnosti. Mezi jeho hlavní aktivity patří:

- vzdělávací činnost ve formě přednášek, seminářů pro veřejnou i komerční sféru,
- vzdělávací činnost pro učitele etické výchovy na základních a středních školách,
- vydávání literatury etické výchovy,
- poskytování poradenské činnosti při vytváření etických kodexů,
- realizace projektu etické výchovy mládeže.

1.2.7 Zisk v tržním hospodářství a vztah

Zisk v tržním hospodářství často hodnotíme jako eticky spornou kategorii. Hodně lidí si myslí, že usilování zisku je něco sobeckého a často také neetického.

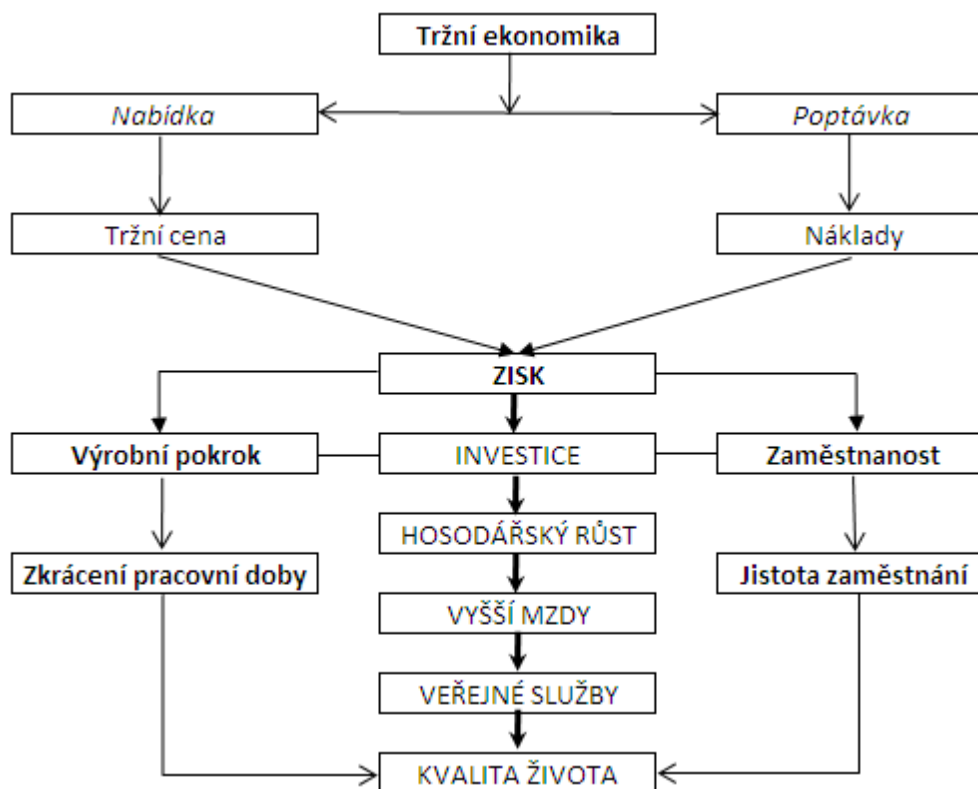
Již v roce 1776 významný ekonom Adam Smith publikoval ve své knize *Bohatství národů*⁶ mechanismus “neviditelné ruky trhu”. Smyslem této teorie je naznačit, že hospodářský koloběh výrobků a služeb je samovolně korigován a utvářen svou vlastní “vůlí” či kapacitou. V takovém systému jedinec, který chce zbohatnout, obohacuje svým podnikáním i okolní subjekty a v konečném důsledku se celý národ stává bohatším.

Zisk má a plní v tržní ekonomice podle Putnové a Sekničky (2007) důležité funkce:

⁶ Adam Smith (1723-1790), významný ekonom, představitel klasické politické ekonomie, klíčové dílo z roku 1776 *Pojednání o podstatě a původu bohatství národů*.

- Motivační funkce - očekávaný zisk je největším motivem a impulsem pro podstoupení rizika.
- Ekonomická funkce - očekávaná perspektiva zisku usměrňuje použití a kombinaci výrobních faktorů.
- Funkce financování investic - slouží k financování investic.
- Zvyšování zaměstnanosti - zisk nepřímo vytváří nová pracovní místa.

Následující obrázek č. 1.4, který uvádím podle Putnové a Sekničky (2007), naznačuje, jak tržní ekonomika, zisk a další veličiny přímo navazují na kvalitu života.



Obrázek č. 1.4. Zisk v systému tržního hospodářství

Velikost zisku (v grafu uprostřed), ovlivňuje možnost investice, které jsou spojeny s výrobním pokrokem a zaměstnaností. Výrobní pokrok by měl zkracovat pracovní dobu, jak naznačuje levá strana. Je divné, že době výrazného výrobního pokroku je pracovní směna celkem dlouhá a pořád se pohybuje kolem osmi hodin. Česká republika má v tomto ohledu jednu z nejdelších směn v Evropě.

Rychlost výrobního pokroku roste geometrickou řadou. Tento pokrok je však přesto v mnoha případech uměle zadržován a jeho pozitivní účinky na kvalitu života jsou snad příslibem do budoucna, kdy člověk využije plně kapacitu obnovitelných zdrojů.

V současnosti je samozřejmostí, že jediné, co donutí nadnárodní koncerny ke změně, je jen a pouze zisk. Etické hodnoty hrají zatím bohužel malou úlohu. A tak jak vidíme z dolní části grafu, primární cíl - kvalita života je ohrožována z obou stran.

Pravá strana naznačuje, že s růstem zisku se zvyšuje i zaměstnanost. Zadlužené podniky však přílišnou jistotu zaměstnání z dlouhodobého hlediska nepřinášejí.

Prostřední část spojuje hospodářský růst, vyšší mzdy, veřejné služby a kvalitu života. Alokace nabytého zisku do veřejných služeb není uzákoněna, ale měla by vycházet z postoje každé organizace. Vlastník se bude vždy snažit ubrat ze zisku co nejméně, ale musí si však uvědomit, že investice vložené do veřejných služeb, mohou v budoucnu zvýšit právě jeho zisk.

Investice do neziskových organizací či jakákoli jiná dobročinná akce napomáhá k dobrému jménu firmy, což je v některých případech nejcennější položkou organizace.

1.2.8 Vztah etiky a zisku

V tomto odstavci se budu zabývat jedním ze zásadních problémů, který souvisí s etickým jednáním a chováním podnikatelské organizace, jde o vztah mezi ziskem a etikou.

Etické principy, které ovlivňují ekonomický zisk, vyžadují, aby se zainteresované osoby zřekly chování, které je v rozporu se všeobecně přijatými dobrými mravy a nepoužívali při jeho tvorbě neetické praktiky. Na druhou stranu se ale může objevit i situace kde právě dodržování etických zásad může podnik dostat i do ztráty, když konkurence navzdory etickým mravům rozhodne produkovat některé zboží, které je z etického hlediska sporné nebo. Jde například o chemická hnojiva, kosmetiku, léky apod.

Vztah etiky a zisku vystupuje do popředí zájmu. Rozdělování zisku je plně v režii podniků, ale musí respektovat příslušné právní předpisy a morální normy. Zisk může být použit na dary, sponzorství, obecně prospěšnou činnost. Měli bychom při rozdělování zisku sledovat etické motivy i sociální aspekty.

Velkým problémem se stává nejenom korupce, ale i šedá ekonomika. V oblasti zisku a konkurenceschopnosti se nasouvá otázka přiměřenosti zisku z pohledu etických či sociálních

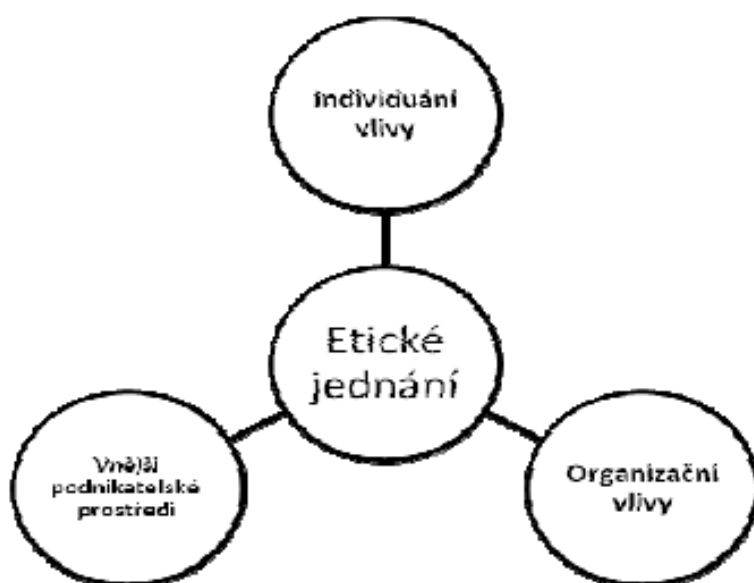
hodnot. Určit pravidla pro stanovení přiměřenosti zisku je problematické. Zde je důležité jaký má podnik vztah k zisku. Měly by být podrobně hodnoceny způsoby nabývání zisku a jeho rozdělování s pohledu společenské odpovědnosti podniku.

Etika v podnikatelském prostředí, zejména ve vztahu k zisku, je nejen projevem image či goodwillu firmy, ale také komplexní efekt společně sdíleného pocitu a zájmu všech participujících skupin na něčem, co je společensky prospěšné, přínosné a obecně lidské

1.2.9 Faktory ovlivňující etické jednání v podnikatelském prostředí

Etické jednání může být ovlivněno vnějšími a vnitřními podmínkami nebo individuálními postoji.

Podle Bláhy (2001) lze faktory rozdělit do tří skupin, jak ukazuje následující obrázek č. 1.5:



Obrázek č. 1.5. Vlivy na etické jednání

Vnější podnikatelské prostředí

Prostředí, v němž se podnik pohybuje, podstatnou mírou formuje jeho etický postoj. V tomto směru jsou nejvýznamnějšími vlivy:

- *životní prostředí*
- *politicko-správní prostředí,*
- *právní prostředí,*
- *média,*
- *kulturně-výchovné prostředí,*
- *tuzemské podnikatelské prostředí (zákazníci, dodavatelé, konkurence, spolupracující organizace),*
- *zahraniční podnikatelské prostředí,*
- *obyvatelstvo a jednotlivé sociální skupiny (veřejnost).*

K nejvíc kritizovaným faktorům vnějšího prostředí patří právní prostředí. Významnou úlohu ve vnějším prostředí hraje stát a jeho instituce. Pokud tyto instituce nebudou složité lidem nebo na druhé straně pokud lidé ke státu a jeho institucím vyjádří negativní postoj, bude jak hospodářský, tak morální rozvoj zablokován

Důležitou věcí je také vztah mezi jednotlivými faktory při tvorbě etického prostředí. To může fungovat dobře pouze tehdy, když každý faktor a jeho část vykonává svou příslušnou funkci.

Individuální vlivy

- *hodnotový systém a postoje jedince,*
- *umístění kontroly,*
(Zde rozlišujeme osoby s vyšší vnitřní mírou kontroly, které jsou citlivější vůči důsledkům vlastního jednání a častěji mění názor, a osoby s převahou vnější kontroly, které nepocítují důsledky svého jednání jako kognitivní disonanci.)
- *machiavelismus,*
(Jedinci, kteří řeší a hodnotí situaci logicky než emociálně. Snaží se ovládnout situaci, jsou chladní a otažití, manipulátoři a necitliví k osudu ostatních lidí.)
- *úroveň a stupeň morálního vývoje,*
(Proces morálního vývoje je dlouhodobý a provází člověka po celý život. Důležitou roli v tomto procesu hraje rodinné zázemí a neustálý zájem o poznání sebe sama i okolí. Jen člověk v přemýšlení aktivní, může být opravdu morálně dobře založen a

jeho chování se pak stává ve všem jeho konání etickým, přirozeně morálním, plynoucím z uvědomění si dobra a zla.)

- *svědomí,*

(Dalším významným individuálním vlivem je svědomí, jakýsi kontrolní orgán našeho chování. Svědomí vychází ze zásad okolí a našich vlastních vytvořených zásad. Pokud je náš žebříček hodnot správný a morálně v pořádku, svědomí dá vždy vědět, pokud se děje cokoli nekalého.)

- *emoční zralost,*

(To jak člověk dokáže ovládat své emoce, ba dokonce použít je ve svůj prospěch, má vliv na dodržování morálních zásad.)

- *vnitřní přesvědčení o významu etického jednání.*

Organizační podmínky a vlivy

- *organizační struktura,*
- *organizační normy a směrnice,*
- *skupinové normy,*
- *organizační kultura,*
- *systém odměn a trestů,*
- *kodexy pro etiku,*
- *úroveň manažerů v organizaci.*

1.2.10 Důvody pro etické chování podniku

Důvody pro etické chování podniku bychom mohli hledat v rovině obecné, která souvisí s kvalitou života, tak v rovině specifické, která souvisí se získáváním výhod na trhu. V souvislosti s tímto hovoříme především o odpovědnost podniku za činy a kroky, které podniká.

Existuje více autorů, kteří se zabývají etickým chováním v podniku. Uvádím některé z nich.

Podle Putnové a Sekničky (2007) důvody, proč by se měl podnik chovat eticky, zní takto:

- Vytváří se pozitivní mravní klima v podniku.
- Dochází k úspoře transakčních a informačních nákladů.
- Získává konkurenční výhody, především v marketingu.

- Mravnost je obecným zájmem celé společnosti, tedy i podniku.
- Podnikatelský subjekt očekává etické jednání i od ostatních účastníků trhu.
- Porušování mravních pravidel podnikatelskými subjekty ničí prostředí nezbytné pro podnikání.

V publikaci Rolného (1998) je uvedeno následujících šestero přikázání na stejné téma.

1. Je v zájmu podniku chovat se eticky

Dobré morální klima uvnitř organizace stimuluje výkonnost zaměstnanců a předchází nákladům vzniklých v souvislosti s neetickým chováním. Na okolí působí dobře eticky vybavený podnik pozitivním dojmem a zvyšuje jeho prestiž.

2. Mravnost je obecným zájmem celé společnosti

Společnost jako celek vyžaduje dodržování etických zásad a každý podnik by se podle tohoto předpokladu měl chovat.

3. Každý ekonomický subjekt očekává etické chování ostatních účastníků ekonomických aktivit

Tento předpoklad je základem jakékoli ekonomické činnosti. Pokud by nebyl realizován, nebylo by možné legálně jakýkoli podnikatelský záměr uskutečnit.

4. Obecně je považováno za amorální jednostranně odstoupit od vzájemných dohod a přitom očekávat, že ostatní je budou dodržovat

5. Je společensky mravně neúnosné proklamativně se přihlásit k dodržování etických pravidel a pak je skrytě porušovat

6. Jakékoliv porušování morálních pravidel destruuje prostředí nezbytné pro podnikání

Pokud jsou morální pravidla porušována v míře větší než malé, může se podnikatelské prostředí změnit z morálního na amorální.

1.3 Společenská odpovědnost firem (CSR)

Pojem společenská odpovědnost firem je poměrně nový pojem, který vychází z dříve užívaných pojmů jako etika a etika podnikání. Pojednává o fungování, chování a jiných aktivitách firmy a předpokládá bezvýhradné plnění právních požadavků a navíc odpovědné dobrovolné chování v těchto oblastech

Veřejný obraz podnikatelských institucí je často spojen s představou, že jejich úsilí je zaměřeno především na tvorbu zisku bez ohledu na následky pro společnost. I když se i s takovými případy můžeme setkat, většina podniků se snaží jednat korektně, respektovat legislativní předpisy a brát ohled na životní prostředí. Z důvodů reakce na tuto představu se začala ve vědeckých kruzích objevovat doporučení a příklady správného etického jednání dovnitř i vně firmy. Jednotícím pojmem se postupně vyformoval samostatný segment managementu, který toto chování shrnuje pod názvem Corporate Social Responsibility (CSR). Do češtiny se překládá jako společenská odpovědnost organizací.

Koncept CSR

Evropská unie považuje společenskou odpovědnost firem za základní předpoklad tržního vývoje a inovace, který kombinuje sociální, ekonomickou a environmentální dimenzi podnikání v integrovaném přístupu, založeném na dialogu mezi klíčovými stakeholdery.⁷

Podle Krymlákové (2009) zní definice CSR takto.:

- je dobrovolným aktem, nad rámec zákona,
- působí v sociální, environmentální a ekonomické oblasti,
- má za následek kultivaci a zlepšení životních, pracovních a environmentálních podmínek zainteresovaných skupin.

Oblast CSR

CSR je způsob podnikání s ohledem na tzv. 3P (Profit, People, Planet), tedy ekonomickou, sociální a environmentální oblast podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání

Ekonomická oblast CSR

- tvorba etického kodexu nebo jiného dokumentu, který upravuje chování firmy,
- transparentnost jednání a chování organizace,
- uplatňování principů dobrého řízení,
- podnikání s uplatněním protikorupční politiky,
- vedení dialogu s akcionáři,
- vymezení pravidel chování k zákazníkům, dodavatelům a další.

⁷ Stakeholders jsou akcionáři, zákazníci, dodavatelé, vlastníci, zaměstnanci a místní komunita. Do češtiny je tento výraz překládán jako participující skupiny nebo zainteresované skupiny.

Sociální oblast CSR

- firemní filantropie, sponzorství a firemní dobrovolnictví,
- vedení dialogu se stakeholdery,
- podpora lidského kapitálu firmy,
- ochrana zdraví při práci, bezpečnost zaměstnanců,
- dodržování lidských práv
- zajištění rekvalifikace,
- zákaz diskriminace a podpora rovných příležitostí.

Environmentální oblast CSR

- zajištění ekologické výroby, ekologických produktů a služeb,
- ekologická firemní politika (úspora vody a energie, recyklování, ekologická přeprava),
- ochrana přírodních zdrojů,
- zmenšování dopadů na životní prostředí.

Implementace konceptu CSR je tedy velice výhodné a přináší nemalé výhody. Nejenom zvyšuje zisk, produktivitu, hospodárnost, loajalitu zákazníků, konkurenceschopnost a další věci, koncept CSR také snižuje náklady podniku a rizika podnikání, co je pro podnik velice důležité.

1.3.1 Teorie zahrnující společenskou odpovědnost

Teorie stockholder

Tento názor se formoval od devatenáctého století. Hlavním otcem této myšlenky je Milton Friedman, který tvrdí: *„Existuje jedna a jediná společenská odpovědnost podnikání – používání zdrojů a vytváření aktivit vedoucích ke zvýšení zisku vlastníků, pokud se stále pohybujeme v pravidlech hry.“*⁸

Podle jeho slov vláda určuje pravidla a podnikání by se jich mělo držet a firmy by se měly snažit maximalizovat zisk.

K dalším jeho argumentům patří tyto následující.:

⁸ PUTNOVÁ, A.; SEKNIČKA, P.; UHLÁŘ P. *Etické řízení ve firmě*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 168 s. ISBN 978-80-247-1621-3. Str.128.

- odpovědnost nese pouze reálná osoba,
- management má odpovědnost pouze vůči vlastníkům,
- společenská odpovědnost snižuje svobodu společnosti a ekonomickou výhodu.

Teorie stakeholder

Je odezvou na předcházející teorii. Podle této teorie by firma neměla odmítnout požadavek na morální odpovědnost.

Pojem „stakeholders“ vznikl na začátku šedesátých let, pravděpodobně v roce 1963, jako slovní hříčka. Z anglického jazyka známe výraz „stockholders“ nebo „shareholders“, který označuje akcionáře nebo podílníka. Pojem „stake“ vyjadřuje kromě jiného zájem na něčem, většinou finančně podložený, a pojem „stakeholders“ je tedy participující skupina těch, kteří mají zájem na činnosti firmy.

Mezi stakeholders patří zaměstnanci, akcionáři, zákazníci, dodavatelé, konkurence, média, místní komunita a další skupiny, které vidíme na následujícím obrázku č. 1.6:



Obrázek č. 1.6. Participující skupiny

Zdroj: Putnová a Seknička (2007)

Do primárního okruhu stakeholders jsou zařazeny skupiny lidí, které jsou přímo spojeny s fungováním firmy. Druhý okruh tvoří odbory, konkurence, média a zájmové skupiny – sekundární stakeholders. Podle této teorie by nemělo docházet ke zvýhodňování jedné

skupiny (vlastníků) na úkor zájmů jiných skupin (manažerů, zaměstnanců, zákazníků...) a jejich využívání k dosažení cíle jiných lidí.

1.4 Způsoby implementace etiky do podniku

Pokud chce podnikatel jednat eticky, musí vycházet ze svých morálních zásad a ty pak aplikovat do organizační struktury podniku. Zavedení etických norem do podniku má na starost především management. Způsoby zavedení norem můžeme provádět následujícími nástroji.:

- *etický kodex,*
- *etický a sociální audit,*
- *etické vzory,*
- *výcvik a vzdělávání v oblasti podnikatelské etiky,*
- *směrnice,*
- *systém odměn a trestů,*
- *etické vzory,*
- *úřad ombudsmana pro etiku,*
- *způsob vedení a další.*

K neznámějším a nejrozšířenějším patří etický kodex, kterému se teď budu věnovat.

1.4.1 Vymezení etického kodexu⁹

Kodexem obecně rozumíme systematicky zpracovaný soubor norem a předpisů, které vymezují a upravují vztahy mezi členy určité komunity. Etický kodex bývá přijat formou interní směrnice. To ovšem neznamená, že by neměl být veřejně přístupný. Naopak, zveřejněním etického kodexu systém deklaruje svou vůli podřizovat se ve všech svých činnostech etickým principům.

Kodex je vytvořen na základě konsensu všech prvků systémů. To znamená, že by všechny složky systémů měly být zapojeny do jeho tvorby.

Etický kodex stanoví cíle, které systém sleduje, postupy, které vedou k naplnění těchto cílů a hodnoty, kterých se systém při naplnění těchto cílů drží.

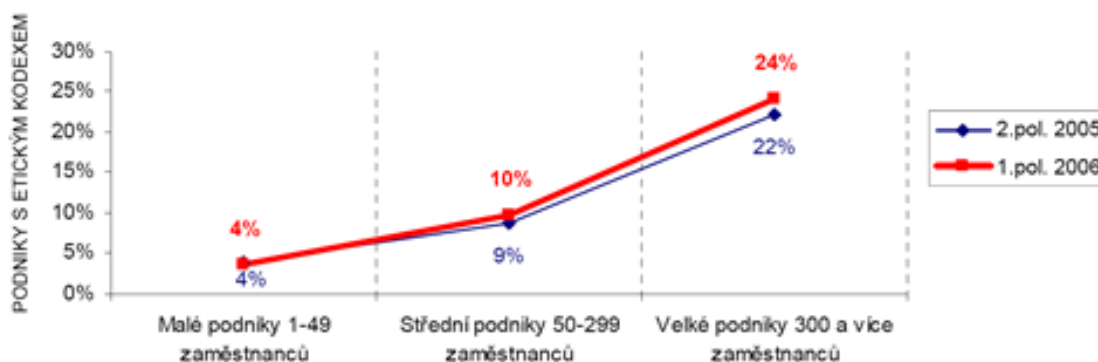
⁹ Transparency International – Česká republika: skriptu Korupce a protikorupční politika ve veřejné správě, 2005, s.55
http://www.transparency.cz/doc/vzdelavani_skriptu2008_1.pdf

Etický kodex sám o sobě neřeší problematiku neférového jednání. Stanovuje však pravidla, které lépe vymezují mantinely těm, kteří se k nim dobrovolně přihlásili.

Ve druhém pololetí roku 2005 a první polovině roku 2006 Vysoká škola ekonomická v Praze a Transparency International provedli průzkum, který nazvali: Průzkum aplikace etických kodexů. Jejich společné úsilí tak vedlo k vytvoření zatím nejpropracovanější studie o používání etických kodexů v České republice.

Z celkového vzorku 1240 firem zkoumaných v prvním pololetí 2006 mělo etický kodex, popřípadě jiný dokument, který vymezuje a upravuje hodnoty a zásady chování organizace a jejích zaměstnanců, zavedeno 104 společností, což představuje 8,4 %. Ve druhém pololetí 2005 byla situace podobná, z 574 společností jich mělo etický kodex 59, což je 10,3 %.

Analýza dle velikosti firem:



Graf č. 1.1 Zavedení etického kodexu dle velikosti firem

Zdroj: Průzkum aplikace etických kodexů. Transparency International – Česká republika, 2006.

Z grafu vyplývá, že čím větší je společnost, tím vyšší je procentuální zastoupení firem, u kterých existuje etický kodex.

1.4.2 Funkce etického kodexu

Jednou z hlavních funkcí etického kodexu je kultivace prostředí v organizaci. V současnosti je většina u nás zveřejněných kodexů založena na pravidlech, spíše než na hodnotách. Převládá v nich právní jazyk, který se orientuje na popis procesů nikoli na důraz vytvořit hodnotově orientované prostředí. Je chybné se domnívat, že etický kodex může nahradit pracovní nebo

organizační řád organizace. Můžeme ho brát pouze jako jeho doplněk a nikoliv ho za něj zaměňovat.

Etickým kodexem se vytváří i jednotná podniková kultura, s níž jsou jednotlivé prvky organizace srozuměny a konají s ní v souladu. Etický kodex tvoří důležitou součást v procesu řízení rizik organizace. Může sloužit jako vodítko pro stanovení rizik a jejich eliminace. Etické kodexy jsou nástroje, které působí preventivně v boji proti korupci. Přispívají k tvorbě takového prostředí, které zabraňuje vzniku korupčního chování a střetům zájmů.

1.4.3 Přínos etického kodexu podnikům

Z hlediska vedení podniku může kodex dle publikace Rolného (1998) pomoci:

- eliminovat nežádoucí praktiky, které způsobují pokles přízně zákazníků, zaměstnanců, investorů, veřejnosti atd. a které ve svém důsledku mohou vést k dlouhodobým ekonomickým ztrátám,
- objasnit politiku firmy v morálně problematických otázkách, jakými jsou například zacházení s důvěrnými informacemi, přijímání “pozorností” od jiných subjektů na trhu, atd.,
- zjednodušit zavádění inovací, pomoci při restrukturalizaci, hledání nových partnerů, atd.,
- posílit vnitropodnikovou disciplínu, snížit potřebu donucovacích a restriktivních opatření pro odhalení neetického chování,
- zamezit nadřízeným zneužívat svého postavení vůči ostatním zaměstnancům,
- být vodítkem pro všechny řídicí články podniku při rozhodování,
- pozitivně motivovat všechny zaměstnance posílením jejich vědomí, že pracují v etickém prostředí s jasnými pravidly, která platí pro každého bez výjimky.

1.4.4 Zásady ideálního etického kodexu¹⁰

Aby etický kodex naplňoval svoje funkce a byl pomůckou pro management a zároveň vodítkem pro zaměstnance, je nutné zohledňovat několik vlastností, které by měl etický kodex obsahovat. Těmito vlastnostmi jsou:

Srozumitelnost - dokumenty, které obsahují popis hodnot a chování, musí být formulovány jasně a srozumitelně.

¹⁰ Transparency International – Česká republika: skriptu Korupce a protikorupční politika ve veřejné správě, 2005, s.58
http://www.transparency.cz/doc/vzdelavani_skriptu2008_1.pdf

Sdělitelnost - všechny prvky organizace musí znát jeho podstatu, musí být schopny o dokumentu mluvit a vysvětlit jeho smysl

Specifičnost - etické kodexy musí být „šité tzv. na míru“. Nelze převzít etický kodex jednoho systému a aplikovat jej na jiný. Etický kodex musí obsahovat specifické vymezení organizace, její vize, cíle, hodnoty a způsoby jak těchto cílů dosáhnout

Aktuálnost - etický kodex je nutné považovat za dokument, jehož naplňování si vyžádá nemalé úsilí. K tomuto slouží systém pravidelných revizí, jejichž cílem je zjistit, zda je činnost v souladu s hodnotami a vytýčenými cíly obsažených v etickém kodexu.

Vynutitelnost - funkční etický kodex musí obsahovat prvky vynutitelnosti. V praxi to znamená, že je nutné stanovit proces, jak etický kodex v případě jeho porušení vynutit, tzn. stanovit sankce. S přihlédnutím ke skutečnosti, že etický kodex není právní dokument, zpravidla rozhoduje o porušení etického kodexu komise, která je za tímto účelem zřízena.

1.4.5 Proces tvorby etického kodexu

Proces tvorbě etického kodexu je možno přirovnat k procesu změny v organizaci. Dochází k přehodnocování stylu práce k úvahám o procesech, rutině, o dobrých a špatných příkladech. Proces etického kodexu bude zaměstnávat účastníky procesu i mimo pracoviště, protože se jedná o proces tvorby prostředí, v němž by se měl každý cítit bezpečně. Vnější změna nebude zaznamenána ihned po vytvoření etického kodexu, ale později, podle toho, jak závazný bude kodex a jak bude dodržován v každodenní práci.

Etický kodex se následně stane součástí kultury organizace. Bude jasné, že se ve firmě komunikuje otevřeně a slušně, je cítit vzájemná důvěra mezi zaměstnanci. Ti také budou vědět, že případný problém bude řešen v souladu principy etického kodexu.

Základním předpokladem procesu tvorby etického kodexu je takový stav v organizaci, kdy vznikne naléhavá potřeba takový dokument mít. Neměla by být podmíněna nařízením „shora“, ani módními trendy.

1.4.6 Předmět úpravy etického kodexu

Předmětem úpravy etických kodexů jsou následující okruhy otázek:

- vymezení cílů organizace,
- hodnoty, které jsou v organizaci sdíleny, a jejich významy

- závazek dbát etických postupů při všech činnostech, které v organizaci probíhají a kategorický zákaz korupčních praktik jakéhokoli druhu,
- vědomí organizace o závazcích, které má ke všem subjektům, s nimiž dochází do styku (zaměstnancům, občanům, firmám aj.),
- nástroj sloužící ochraně pověsti organizace,
- ustanovení týkající se vynutitelnosti kodexu, zvláště pak vymezení působnosti a pravomoci orgánu, který se vynucováním etického kodexu bude zabývat.

1.4.7 Základní myšlenky při tvorbě etického kodexu

Při tvorbě etického kodexu je důležité zjistit, co všechno je nutné do etického kodexu zahrnout. Je třeba zohlednit názory zaměstnanců a vytyčit klíčové body. Je třeba si stanovit i vhodnou komunikační strategii, jak oslovit pracovníky a přimět je ke spolupráci. Důležitým prvkem je i jazyk tvořícího se etického kodexu. Při formulaci kodexu musíme používat takový jazyk, kterému všichni zaměstnanci rozumí.

Po zakomponování základních myšlenek do dokumentu a formulace etického kodexu je vhodné rovněž deklarovat vůli naplňovat tento dokument.

2 Praktická část

2.1 Představení společnosti Desaka s.r.o.

Praktickou část mé bakalářské práce jsem prováděl ve firmě se stolně tenisovým zbožím, protože sám hraji aktivně stolní tenis.

Desaka s. r. o. je českou firmou, která od roku 2007 podniká v oblasti stolního tenisu. Společnost nabízí širokou nabídku zboží pro stolní tenis prostřednictvím kamenné prodejny a internetového obchodu (v ČR a SR, a také nově i v Polsku), a je největším obchodem svého druhu na Moravě a ve Slezsku. Prodejna a sídlo společnosti se nachází v Ostravě, dlouholeté baště stolního tenisu v ČR. Tento specializovaný maloobchod se zbožím pro stolní tenis je provozována dvěma profesionálními hráči stolního tenisu Tomášem Sadílkem (působící v německé 2. bundeslize) a Ing. Karlem Karáskem (oblékající extraligový dres TJ Mittal Ostrava). XYZ s. r. o. nabízí celou řadu produktů jednak specializovaných značek na oblast stolního tenisu (Donic, Tibhar, Stiga, Joola, Butterfly, Andro atd.), tak i značek výrobců, kteří působí i mimo oblast stolního tenisu (Adidas, Mizuno). Společnost je také výhradním dovozcem zboží japonské značky *Yasaka* pro Českou republiku (od 1. 5. 2007).

Historie Yasaky

Firma Yasaka byla založena v roce 1947 japonskou dvojicí Hirose Yaoita a Sakamota, kteří ji pojmenovali podle svých příjmení (YAOita + SAKAmoto). V 50. letech se Yasaka díky spolupráci s nejlepšími japonskými hráči začala rychle rozvíjet. Mnoho tehdejších světových šampiónů hrálo s potahem Yasaka Original.

Koncem 60. let ukázala Yasaka směr ve vývoji potahů. Legendární potah Mark V nastartoval v letech 1970 a 1971 období nadvlády Yasaka potahů. V dnešní době máme na výběr z 5 různých potahů „rodiny Mark V“. V 90. letech byla spuštěna nová výroba dřev Yasaka ve Švédsku. Krátce na to představila Yasaka dřevo Gatien Extra, na kterém spolupracoval vítěz světového šampionátu z roku 1993 Jean-Philippe Gatien. Toto dřevo se stalo jedním z nejprodávanějších dřev na celosvětovém trhu.

V roce 2000 vydala ITTF nařízení o používání míčků s průměrem 40mm. Tento krok znamenal výzvu pro všechny výrobce stolně tenisového zboží. Yasaka se s touto výzvou

vypořádala na výbornou. Již na mistrovství světa v Osace (2001) získali hráči používající produkty firmy Yasaka zlaté medaile.

Co se týká sortimentu, tak ten je u této firmy hodně široký. Firma Yasaka nabízí širokou škálu výrobků potřebných na stolní tenis. Jedná se potahy, prkna, míčky, textil, obuv pro stolní tenis, sítě, stoly a další různé věci.

2.2 Základní údaje společnosti Desaka s.r.o.

Sídlo: Budovatelská 450/9

Ostrava 708 00.

Právní forma: společnost s ručením omezeným.

Seznam deklarovaných činností firmy:

- poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti stolního tenisu,
- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona.

Umístění prodejny: ulice Varenská 40 a (areál TJ Mittal Ostrava), Ostrava 702 00,

otevírací doba: pondělí – pátek 12.00 hod – 17.00 hod.

Internetový obchod: www.pincesobchod.cz, www.pincesobchod.sk.

Kontakt: tel/fax: +420 596 639 776, tel: +420 777 994 479.

E-mail: info@pincesobchod.cz, info@yasaka.cz

Partneři společnosti:

- www.pinces.cz,
- www.pinces.sk,
- www.yasaka.cz.

2.3 Majetková struktura společnosti

Společnost Desaka s. r. o. byla založena 30. ledna 2007 trojicí spoluvlastníků – Tomáš Sadílek, Karel Karásek a Tomáš Demek. Základní kapitál společnosti činí 201 000,- Kč a byl při založení společnosti rovnoměrně rozložen mezi zakladatele. Každý společník splatil základní vklad 67 000,- Kč a získal tak třetinový obchodní podíl. K 28. Květnu 2010 došlo ke změně v majetkové struktuře společnosti, kdy ze společnosti vystoupil Tomáš Demek a jeho obchodní podíl byl rovnoměrně rozdělen mezi dosavadní spoluvlastníky společnosti Tomáše Sadílka a Karla Karáska. V současné době tak oba tito spoluzakladatelé vlastní padesáti procentní obchodní podíl ve společnosti Desaka s. r. o. Vlastníci společnosti zároveň plní

funkci jednatele společnosti, přičemž jménem společnosti má právo jednat každý z jednatelů samostatně. Základní údaje o majetkové struktuře jsou uvedeny v následující tabulce číslo 1.:

Jméno společníka	Trvalé bydliště	Obchodní podíl	Vklad (v Kč)	Splaceno (k 28. 5. 2010)	Statutární orgán
Tomáš Sadílek	Budovatelská 450/9, Ostrava- Poruba, 708 00	50 % (101/201)	101 000	100 %	Jednatel
Ing. Karel Karásek	Jaromíra Matuška 9/30, Ostrava-Dubina, 700 30	50 % (100/201)	100 000	100 %	Jednatel

Tabulka č. 1: Základní majetková struktura společnosti Desaka s. r. o.

Zdroj: vlastní

2.4 Použité metody sociálního výzkumu

Pomocí sociálního výzkumu se snažíme poznat společenský jev, proto musí být dobře promyšlen, definován a naplánován. Důležité je správně si specifikovat cíl a držet se ho, protože větší odchylky nejsou tolerovány.

Cílem každého výzkumu je dozvědět se o daném tématu něco pro nás důležité. Nezřídka se v tomto procesu dozvídá něco nového i zkoumaný subjekt.

Sociální výzkum lze provádět pomocí např. standardizovaného pozorování, strukturovaného rozhovoru, aplikací dotazníku či realizací experimentu.

2.5 Dotazník

Jde o písemnou, více formalizovanou verzi dotazování. Hodně závisí na formulaci jednotlivých otázek konstrukci celého dotazníku, protože od toho se pak odvíjí konečný výsledek výzkumu.

V mé bakalářské práci jsem použil dotazník, který byl již použit¹¹, a pro svoje účely jsem ho přeformuloval. Dotazník jsem rozdělil na čtyři části, které následně popíši a krátce i vysvětlím.

¹¹ <http://ethics.jomaweb.com/storage/dotaznik-etika-09.pdf>

V první části dotazníku (otázky 1-6) se zabývám celkové etické situaci v podnikání. Respondentů (zaměstnanců) se ptám, co si myslí o chování ostatních firem na trhu, protože firmy musí mezi sebou obchodovat a vycházet si vstříc.

Další část dotazníku (otázky 7-12) je věnována celkové úrovni etiky ve firmě Desaka s.r.o. Ptal jsem se zaměstnanců, zda se firma eticky chová, jestli má zavedeny nějaké hodnoty a pravidla chování a jestli uvažuje o jejich implementaci do strategie firmy.

Otázky 13-16 jsou věnovány výskytu prohřešku na pracovišti a následnému způsobu jejich řešení.

A konečně poslední čtvrtá část dotazníku (otázky 17-18) vyčísluje demografické skutečnosti.

Otázky jsou kladeny jednoduše, se snahou nezabíhat do podrobností jednotlivých oblastí. Mým cílem je zachytit organizaci jako celek a jeho zaměstnance jako nositele informací podnikové kultury a celkovém stavu organizace ve spojitosti s podnikatelskou etikou.

Dotazník jsem rozdál všem patnácti zaměstnancům, kteří pracují ve firmě Desaka s.r.o. Návratnost dotazníků byla 100%, to znamená, že všichni dotazník vyplnili a odevzdali.

2.6 Vyhodnocení dotazníku

Obecně o etice v podnikání (první část dotazníku)

První část dotazníku byla zaměřena na celkovou etickou situaci dalších podnikatelských subjektů na trhu. Ptal jsem se zaměstnanců, co si myslí o chování ostatních firem. Také mě zajímalo porovnání využívání etických aspektů u nás a v Evropské unii.

V první otázce jsem se ptal zaměstnanců, jestli je důležité se vůbec zabývat etikou v podnikání. Pro lepší porozumění pojmu etika, jsem podal rovněž bližší vysvětlení.

Otázka č. 1 Myslíte si, že je důležité zabývat se etikou (zabývá teoretickým zkoumáním hodnot a principů, které usměrňují lidské jednání v situacích, kdy existuje možnost volby prostřednictvím svobodné vůle) v podnikání?

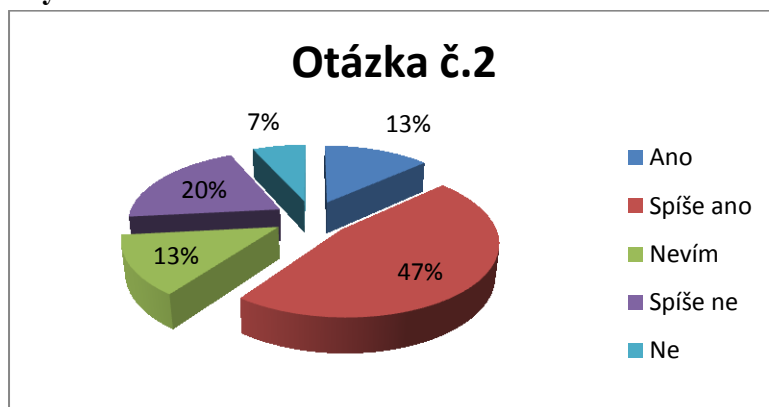


Graf č. 2.1 Důležitost zabývat se etikou v podnikání

Celých 100 % zaměstnanců, to znamená všech 15, je přesvědčeno, že otázka etiky je důležité, a je třeba se jí zabývat. Osobně si myslím, že to je správné, a že otázka etiky by neměla být podceňována.

Ve druhé otázce mě zajímalo, zda se podnikatelské subjekty chovají eticky, protože každá firma musí obchodovat s dalšími subjekty a firma Desaka s.r.o. v tom není výjimkou.

Otázka č. 2 Domníváte se, že podnikatelské subjekty, se kterými obchodujete v ČR, se chovají eticky?

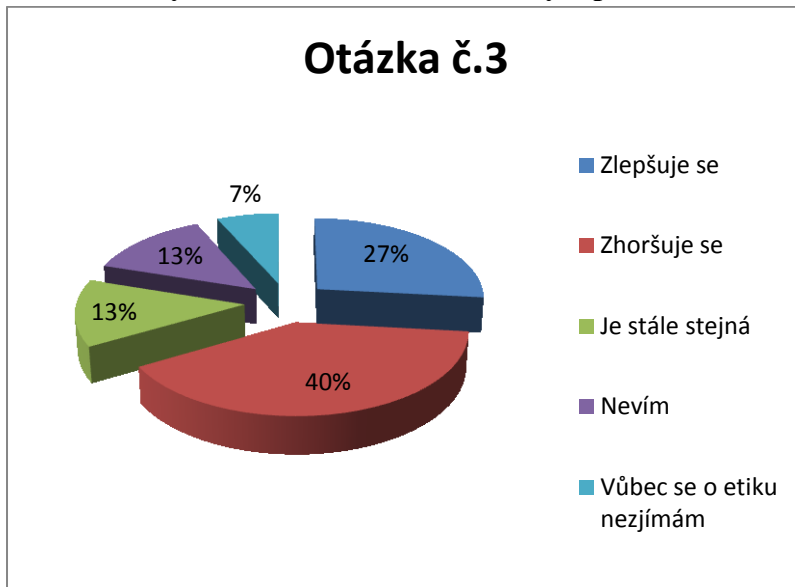


Graf č. 2.2 Etické chování podnikatelských subjektů

Na grafu je vidět, že zde dochází k prvnímu názorovému rozkolu. Nejvíce procent (47%) dosahuje odpověď „spíše ano“. Druhou nejčastější odpovědí (20%) je odpověď „spíše ne“. Vysvětlují si tuto názorovou rozdílnost postavením zaměstnance ve firmě. Majitel firmy a její jednatele jsou přece jenom více obeznámení s etickým chováním ostatních firem v rámci obchodování než řádoví zaměstnanci.

Otázka číslo 3 se zaměřuje na situaci v oblasti etiky v České republice. Zajímalo mě, jakým směrem se situace vyvíjí, zda se zhoršuje nebo zlepšuje.

Otázka č. 3 Co si myslíte o situaci v oblasti etiky v podnikání v ČR?



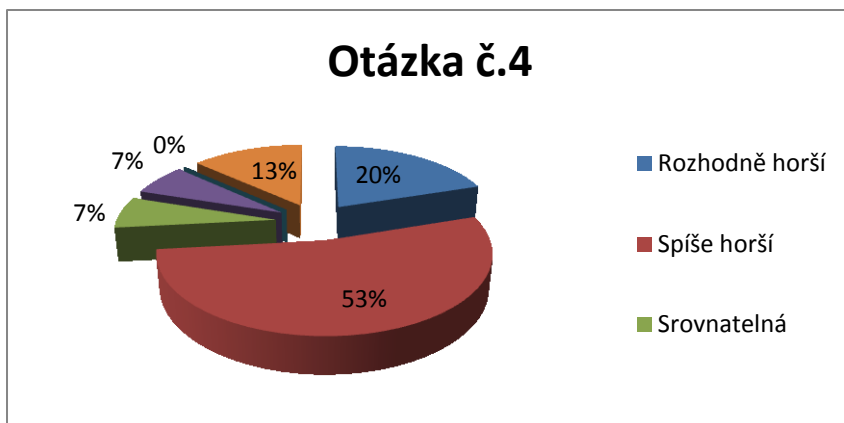
Graf č. 2.3 Vývoj situace v oblasti podnikání v ČR

Zde vidíme převládající názor, že se situace v oblasti etiky zhoršuje. Celých 40 % zaměstnanců dalo tuto odpověď. Dalších 27 % zastává názor, že se zlepšuje, 13 % odpovídalo, že je stále stejná a 7% se o etiku vůbec nezajímá.

Myslím si, že tyto výsledky, přesně odrážejí současnou situaci, kdy je všude slyšet o korupci, podvodech a zpronevěře.

Smyslem čtvrté otázky bylo zeptat se zaměstnanců na srovnání situace v ČR a v Evropské unii v oblasti etiky.

Otázka č. 4 Domníváte se, že situace v ČR je z hlediska dodržování etiky v podnikání horší nebo lepší v porovnání se zahraničím (EU)?



Graf č. 2.4 Srovnání situace s hlediska dodržování etiky v podnikání v ČR a EU

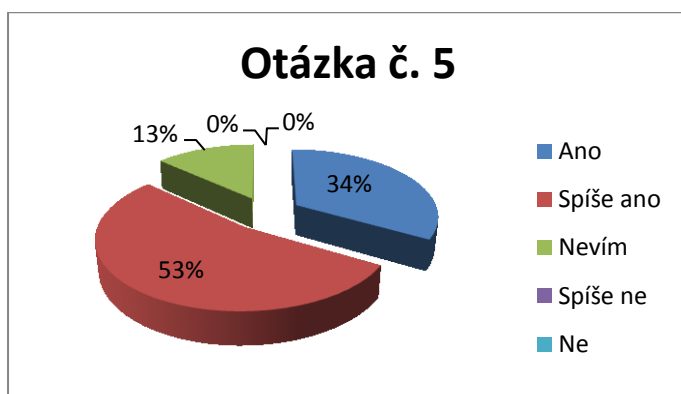
Skoro tři čtvrtiny zaměstnanců se ztotožnilo s odpovědí, že situace s hlediska dodržování etiky v podnikání je u nás horší než v Evropské unii, 13 % pak odpovědělo, že neví, nemůže posoudit a jenom 7 % zaměstnanců si myslí, že u nás je situace lepší.

Pod tento názor zaměstnanců se taky mohu podepsat, protože situace u nás se vůbec nedá srovnat například s Německem, kde je etika v podnikání postavená na žebříčku hodně vysoko.

Toto mohu potvrdit, protože sám působím v Německu v rámci mých sportovních aktivit.

Otázka s pořadovým číslem 5 se ptá, zda etické chování má nějaký přínos pro firmu.

Otázka č. 5 Myslíte si, že etické chování v podnikání má nějaký význam (přínos)?



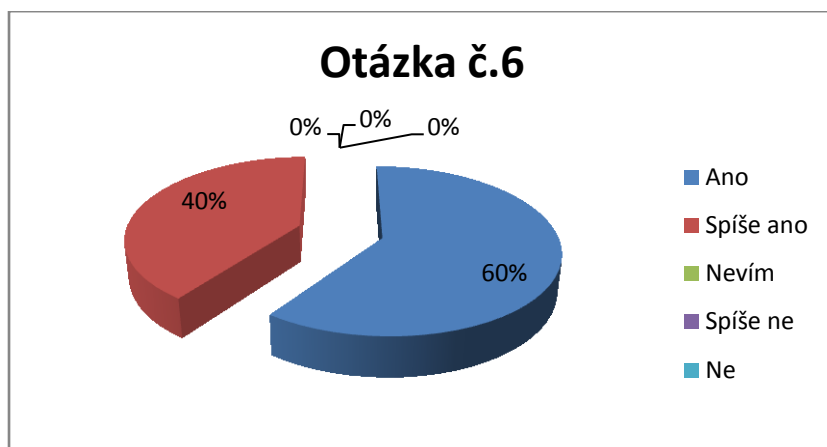
Graf č. 2.5 Přínos (význam) etického chování

Tento graf ukazuje, že drtivá většina zaměstnanců (53 % „spíše ano“ a 34 % „ano“) vidí v etickém chování nějaký přínos. Nikdo z dotazovaných neodpověděl, že etické chování nemá význam. Toto považuji za velice důležitý a pozitivní aspekt, který je přínosem pro firmu

Desaka s.r.o. Zaměstnanci si zcela jasně uvědomují důležitost etického chování a jsou k němu i vedení. Odpověď nevím se objevila pouze u 13 % zaměstnanců.

Další otázkou se ptám, zda se zaměstnanci ztotožňují s názorem, že se z dlouhodobého hlediska vyplatí chovat eticky.

Otázka č. 6 **Souhlasíte s názorem, že z dlouhodobého hlediska se vyplatí chovat eticky?**



Graf č. 2.6 Vyplatí se chovat eticky?

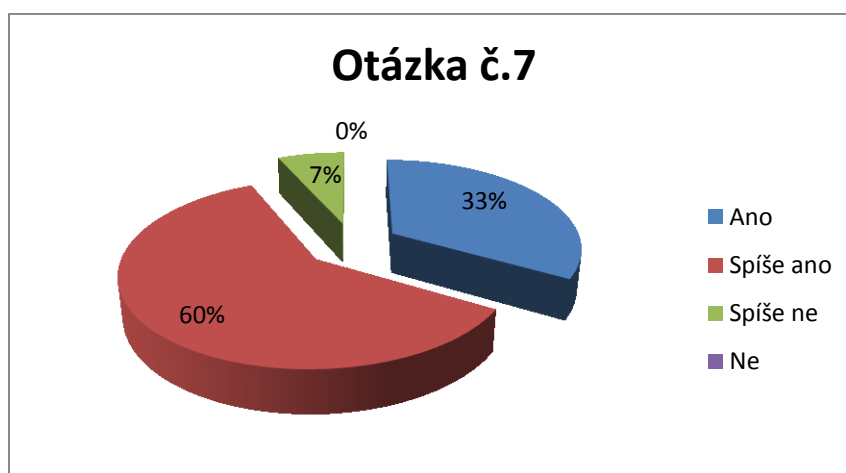
Zase je možno vidět názorovou převahu, kdy všichni zaměstnanci odpověděli, že se vyplatí dlouhodobě chovat eticky. Opět nikdo neodpověděl záporně. Výsledky výpovědí navazují zcela jasně na odpovědi v otázce číslo 5 a je jasné, že zaměstnanci si plně uvědomují důležitost etiky.

Etika ve firmě Desaka s.r.o. (druhá část dotazníku)

V této části dotazníku se věnuju problematice, která se týká vnímání etiky ve firmě Desaka s.r.o. Zajímá mě, jestli má firma zaveden etický kodex a zda má v plánu ho zavést.

V sedmé otázce dotazníku se ptám zaměstnanců, zdali považují chování firmy za etické

Otázka č. 7 Považujete chování Vaší firmy za etické?

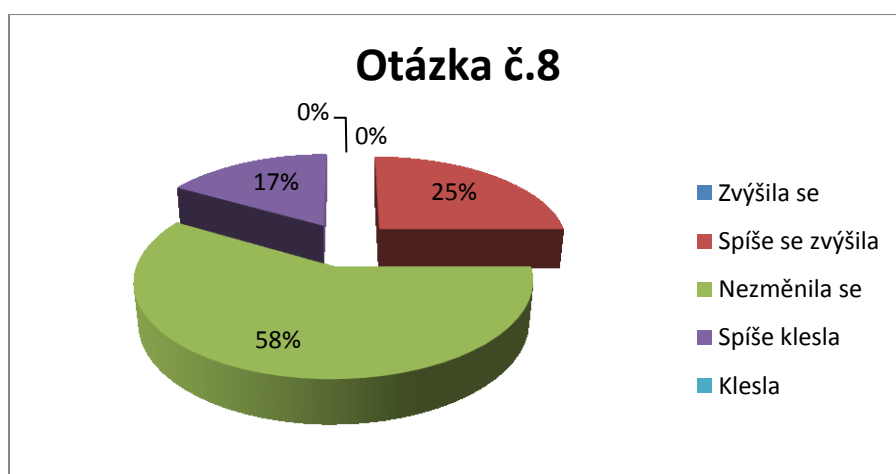


Graf č. 2.7 Je chování firmy etické?

Z grafu vyplývá, že chování firmy je přes zaměstnance považováno za etické. Plných 60 % tvrdí „spíše ano“, 33 % je přesvědčeno že „ano“. Jenom 7% dotázaných považuje chování za spíše neetické. Výsledky vypovídají o velmi dobré atmosféře ve firmě. Všichni si plně uvědomují, že etické chování přináší prospěch celé firmě. Zde vidím dva hlavní důvody této skutečnosti. Za prvé firma je malá, pracují v ní zaměstnanci, kteří se znají a vzájemně průběžně řeší nastalé problémy, za druhé jednatele firmy zdůrazňují zaměstnancům nutnost etického chování od začátku svého vzniku.

V otázce osmé mě zajímalo, jak se zvýšila nebo snížila úroveň etiky ve firmě.

Otázka č. 8 Úroveň etiky ve Vaší firmě se za poslední dva roky:

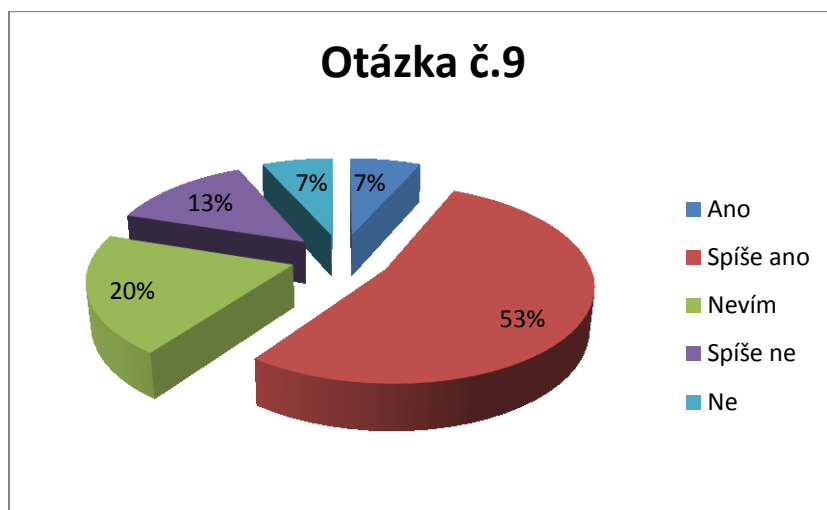


Graf č. 2.8 Úroveň etiky za poslední dva roky ve firmě.

Z grafu je jasné, že většina respondentů odpovídala, že se úroveň za poslední dva roky ve firmě nezměnila (přesně 58 %), čtvrtina si myslí, že se spíše zvýšila a 17 % zaměstnanců si myslí pravý opak.

U otázky deváté mě zajímalo, jestli zaměstnanci vnímají etiku jako součást firemní strategie .

Otázka č. 9 Je ve Vaší firmě etika vnímána jako součást strategie firmy?

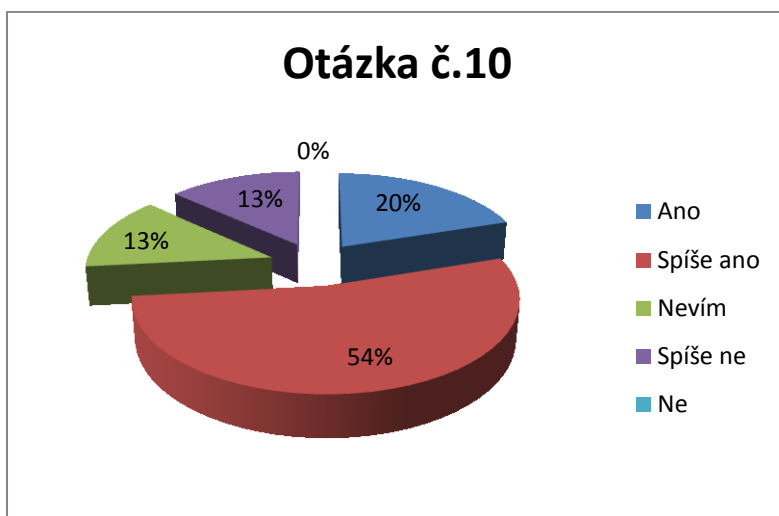


Graf č. 2.9 Etika jako součást strategie firmy

Podle zaměstnanců je etika vnímána jako součást firmy v 53 %. Etické chování by mělo být jednoznačně součástí firemních strategií. Vztahy k zákazníkům, vztahy k dodavatelům, vztahy s konkurencí jsou faktory, které ovlivňují prosperitu firmy. Dalších 20 % dotazovaných dalo odpověď „nevím“ a 13% si myslí, že etika není součástí strategie.

Desátá otázka je zaměřena na hodnoty a pravidla chování. Zajímalo mě, zda jsou ve firmě stanovená pravidla chování.

Otázka č. 10 Jsou ve Vaší firmě stanoveny hodnoty a pravidla chování?



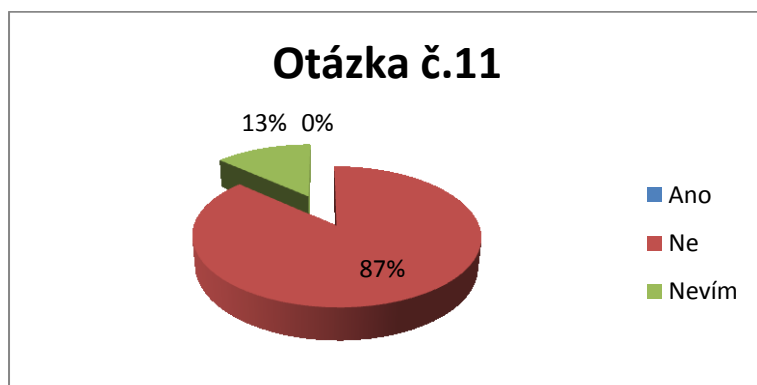
Graf č. 2.10 Existují pravidla ve firmě pravidla chování?

Z grafu vyplývá, že zaměstnanci spíše ví, jak se mají chovat (54 % odpovědělo „spíše ano“ a 20 % „ano“). Dalších 13 % dotazovaných neví o žádných pravidlech chování a také 13 % si myslí, že spíše nejsou stanoveny pravidla.

Určitě to má svojí logiku, protože každý zaměstnanec by měl vědět, jak se má chovat a měl by být poučen, co si může dovolit a co už je za hranicí mezí.

V další otázce se ptám zaměstnanců, jestli existuje ve firmě etický kodex. Podávám rovněž vysvětlení, co to etický kodex je.

Otázka č. 11 Existuje ve vaší firmě etický kodex (dokument, který upravuje obecná i konkrétní pravidla práce v jednotlivých organizacích a profesích)?

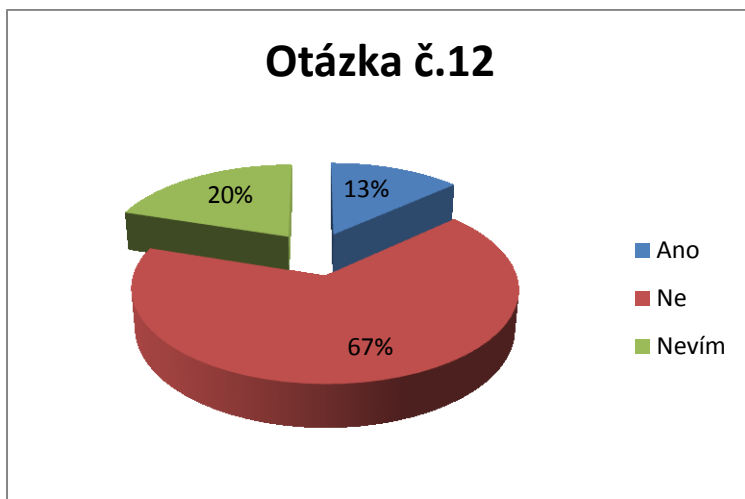


Graf č. 2.11 Existence etického kodexu

Podle průzkumu ve firmě Desaka s.r.o. neexistuje etický kodex, protože 87% respondentů odpovědělo, že kodex neexistuje a jenom 13 % odpovědělo, že neví.

Navazující otázka číslo 12 se zabývá potřebou zavedení etického kodexu do firmy.

Otázka č. 13 **Jestliže ne, zvažuje firma, ve které pracujete, zavedení etického kodexu?**

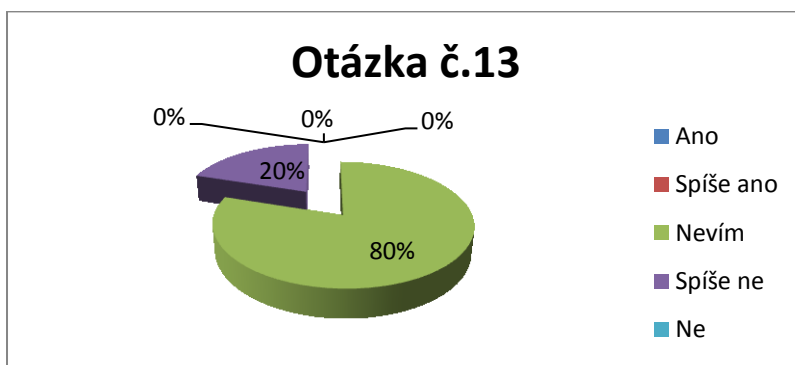


Graf č. 2.12 Potřeba zavedení etického kodexu do firmy

Podle grafu je jasné, že 67 % zaměstnanců si myslí, že potřeba zavedení etického kodexu není nutností a firma o tom ani neuvažuje. Dalších 20 % respondentů odpovědělo, že neví a jenom 13 % si myslí, že firma uvažuje o zavedení etického kodexu.

Ve třinácté otázce mě zajímá, zdali je zavedení etického kodexu drahou záležitostí a je finančně náročné.

Otázka č. 13 **Myslíte si, že zavedení etického kodexu je finančně náročné?**



Graf č. 2.13 Finanční náročnost zavedení etického kodexu

Výsledky grafu ukazují, že celých 80 % zaměstnanců vůbec nemá ponětí, jak je zavedení etického kodexu náročné pro firmu. Zbýlých 20% si myslí to spíše není finančně náročné.

Výsledky jsou logické, protože zaměstnanci nemohou vědět, zdali to firmu finančně zatíží nebo ne.

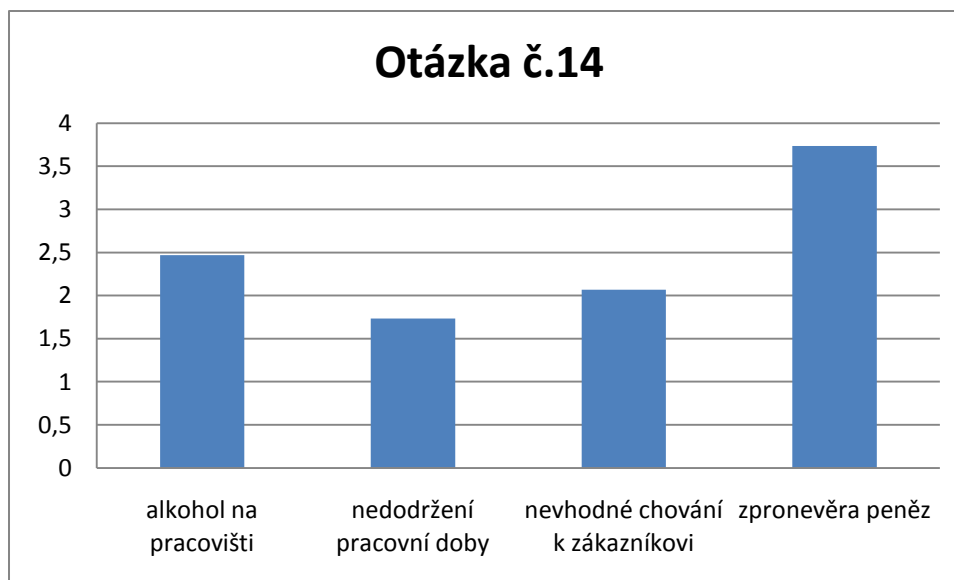
Výskyt prohřešků zaměstnanců na pracovišti a možnost jejich nahlášení (třetí část dotazníku)

V této tematické části dotazníků jsem se snažil zjistit, jakým způsobem zaměstnanci nahlíží na prohřešky na pracovišti, jakým způsobem řeší přestupky jejich nadřízení a jak je ošetřena problematika upozorňování na prohřešky na pracovišti.

V tomto ohledu záleží z největší části na zaměstnancích a jejich etické vyzrálosti.

Následující otázka mapuje přístup k různým druhům přestupků na pracovišti podle závažnosti.

Otázka č. 14 **Ohodnoťte prosím vzestupně uvedené prohřešky podle závažnosti. 1=nejméně závažný přestupek, 4=nejvíce závažný přestupek.**



Graf č. 2.14 Prohřešky na pracovišti

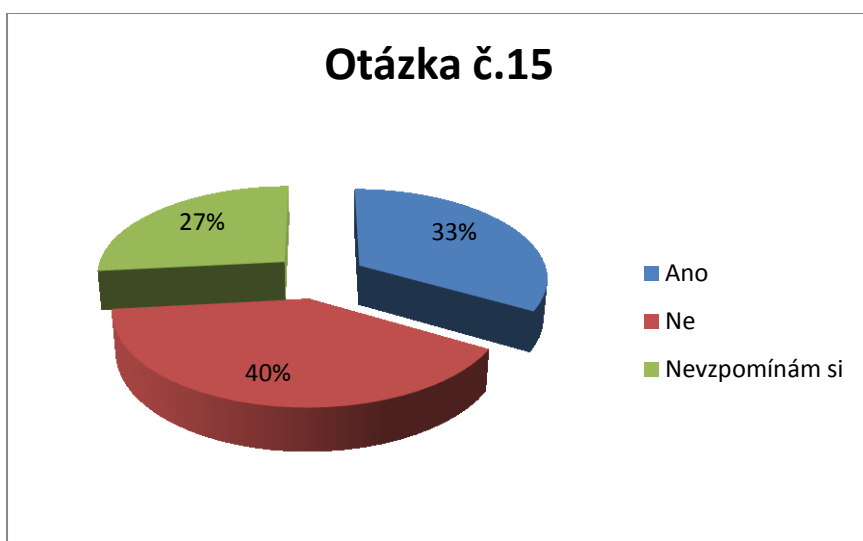
Na grafu vidíme, že respondenti uvedli jako nejzávažnější přestupek zpronevěru peněz. Je to celkem logické, protože zpronevěra je krádež a zaměstnanci toto vnímají jako porušení

jednoho ze základních mravních principů. Zpronevěra je pro ně určitě horší než alkohol na pracovišti, který byl označen jako druhý nejhorší prohřešek.

Za třetí nejhorší přestupek zaměstnanci označili nevhodné chování k zákazníkovi a za nejméně závažný bylo označeno nedodržení pracovní doby.

Další otázkou jsem se snažil zjistit, zda a popřípadě v jaké míře se prohřešky vyskytují.

Otázka č. 15 Vyskytl se někdy na Vašem pracovišti některý z výše zmíněných prohřešků?



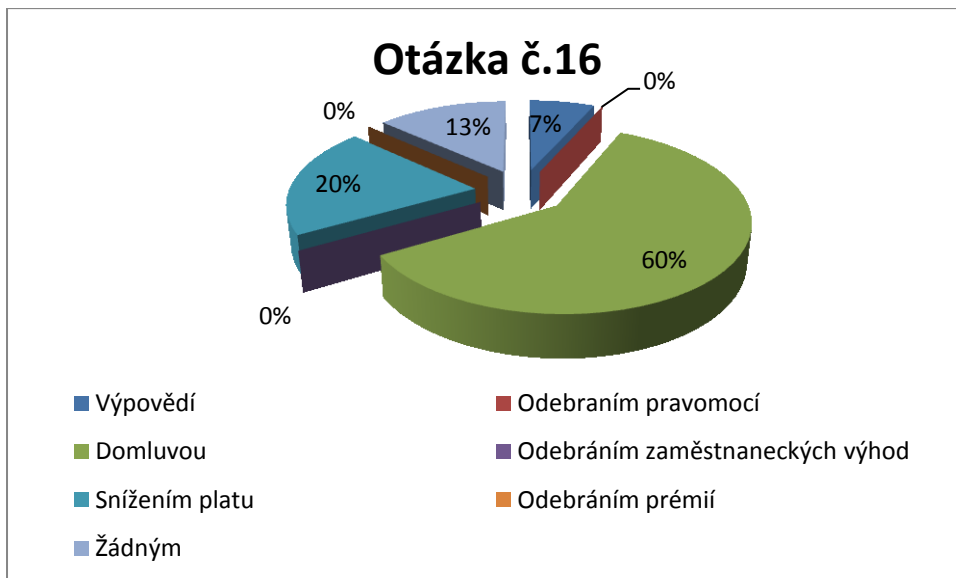
Graf č. 2.15 Výskyt prohřešků

Přesně 40 % dotazovaných popřela výskyt prohřešků. Přesná třetina z nich zase výskyt přiznala a 27 % si nevzpomíná nebo úmyslně zatajuje.

Tyto čísla nepovažuji za příliš vysoké, je ale jasné, že k výskytu prohřešků dochází ve většině pracovních kolektivů a ty by neměly zůstat bez odezvy u nadřízených.

V následující otázce zjišťuji, jakým způsobem by se měl řešit prohřešek a neetické jednání.

Otázka č. 16 Jakým způsobem, by se dle Vašeho názoru, řešilo případné neetické jednání zaměstnance?



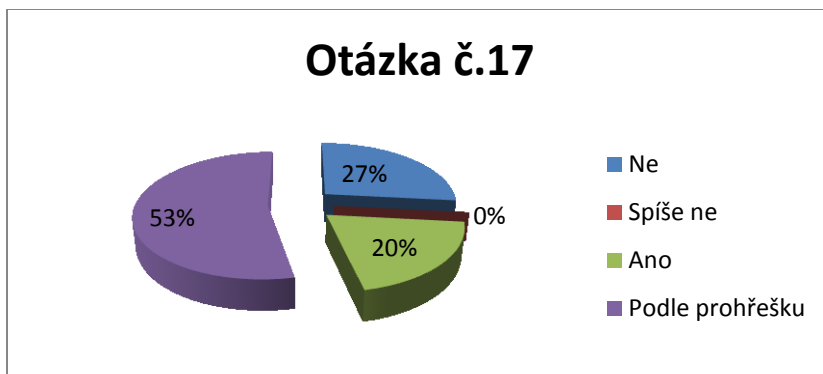
Graf č. 2.16 Řešení prohřešků

Většina pracovníků (přesně 60 %) by řešila prohřešek domluvou. Druhou nejčastější odpovědí je snížení platu. Tuto odpověď označilo 20 % pracovníků. Žádným způsobem by neřešilo přestupek u 13 % dotazovaných. A poslední možnost, která se v grafu objevuje je odpověď „výpověď“, která se vyskytuje u 7 %.

Z toho vyplývá, že většina by řešila prohřešek „zlatou střední cestou“, co považují za správné řešení. Je dále na zvážení nadřízených, o jak závažný přestupek by se jednalo a jak dalece poškodil firmu.

Poslední otázka mi v této tematické části dokreslila celkový stav problematiky prohřešků a jejich řešení. Zajímalo mě, zda spolupracovníci jsou ochotni upozornit na výskyt prohřešků a tak případně předejít jejich opakování.

Otázka č. 17 Pokud byste zaregistrovali neetické jednání svých kolegů, upozorníte na to své nadřízené?



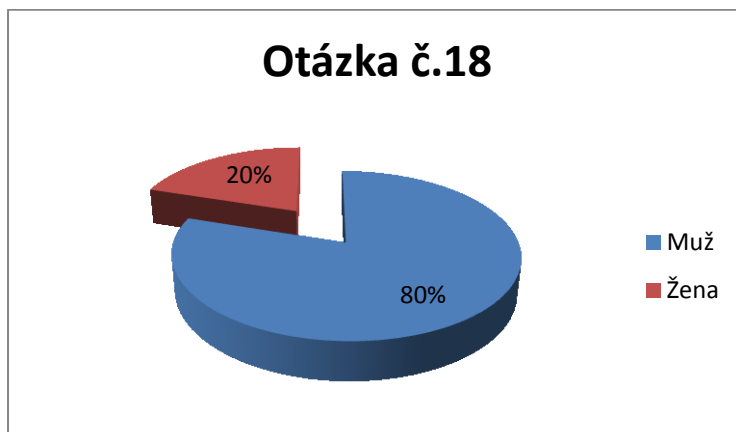
Graf č. 2.17 Upozornění na prohřešek

Jak je vidět na grafu, u více než poloviny zaměstnanců by záleželo na okolnostech přestupku. Dalších 27 % by zůstalo loajálních vůči kolegům a přestupek by nenahlásilo a zbylých 20 % respondentů by prohřešek nahlásilo.

Tady hodně závisí na stupni prohřešku, takže s výsledky se zcela ztotožňuji.

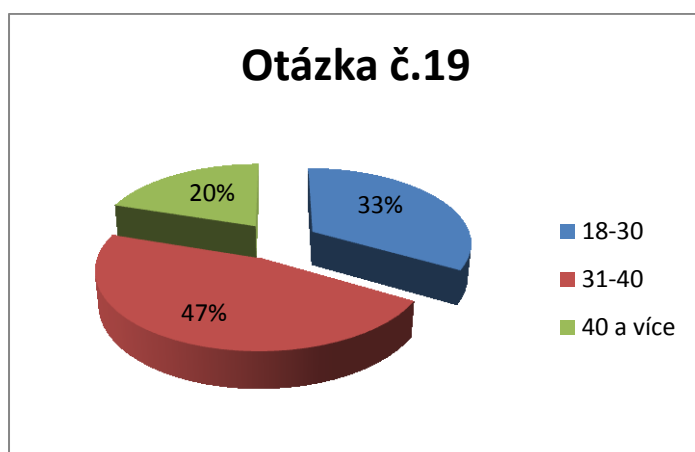
Demografické charakteristiky (poslední část dotazníku)

Otázka č. 18 Vaše pohlaví



Graf č. 2.18 Pohlaví

Otázka č. 19 Věková kategorie



Graf č. 2.19 Věk

Z grafů je vidět, že mužů je firmě 12 z celkových patnácti pracovníků. Co se týká věku, patří nejvíc zaměstnanců do kategorie 31 až 40 let a to ve 47 %. Třetina patří do kategorie 18 až 30 let a zbytek má více než 40 let.

2.7 Návrhy a doporučení

S dotazníku, který jsem rozdál ve firmě Desaka s.r.o. a požádal o vyplnění všemi zaměstnanci, vyplynulo, že úroveň etického prostředí ve firmě je na velice dobré úrovni. Důvod spatřuji ve dvou aspektech. Za prvé: firma má pouhých 15 zaměstnanců což umožňuje lepší komunikaci mezi zaměstnanci. Za druhé: firma je relativně mladá, rok založení firmy je 2007.

Co se týká etického kodexu, není nutné ho v současné situaci firmy zavádět. Toto zjištění vyplynulo z dotazníku. Oba dva jednatele jsou pořád aktivními sportovci, takže u nich převládá fair-play chování. Ve firmě působí jako etické vzory, či jacísi etičtí vůdcové, kteří plní pozitivní úlohu.

Jsem si vědom, že situace ve firmě se může změnit, nikdo neví, jak bude vypadat za pár let. Firma se může rozšířit, přibude více zaměstnanců a tím pádem, může docházet k určitým nesrovnalostem v etickém jednání.

V tomto případě by firma mohla uvažovat o zavedení etického kodexu. Zavedení etického kodexu do firmy však musí být vždy provedeno citlivě a obezřetně. V opačném případě nemusí být kodex přijat pracovníky jako praktická pomůcka k etickému chování, ale jako zcela nadbytečný cár papíru.

Mé doporučení, které firmě nabídnu je proto více méně obecného charakteru. Doporučím určité etické normy, kterých se může firma držet a v budoucnu je začlenit do etického kodexu.:

Chování firmy k zákazníkům.

- Čestnost vůči zaměstnancům
- Firma by neměla mít klamavou reklamu, která může být matoucí
- Vysoký stupeň poskytování záručních služeb
- Vycházet zákazníkům vstříc

Chování firmy k zaměstnancům

- Respektování práv osobnosti,
- Vyloučení jakékoli diskriminace,
- Spravedlivé odměňování,
- Právo na informace,
- Spoluúčasť při rozhodování.

Chování firmy ke konkurenci

- Firma si počíná v konkurenčním boji čestně,
- Nepoškozování reputaci konkurentů,
- Firma se nepokouší získat informace o podnikání konkurentů nečestně.

Chování firmy při placení daní

- Firma nepodniká vědomě daňový únik
- Firma zveřejňuje všechny finanční transakce

Chování firmy k dodavatelům

- Firma bude rozvíjet vztahy založené na vzájemné důvěře.
- Firma se zavazuje platit dodavatelům podle sjednaných podmínek.
- Nebude zneužívat postavení na trhu.
- Zaměstnanci ani management nesmějí přijímat od dodavatelů peníze ani protislužby.
- Malé dary či pohoštění může být přijato za předpokladu, že nezavazuje přijímajícího.

Závěr

Etika a podnikání, toto spojení podle některých lidí nejde vůbec dohromady. Otázka, kterou si v této souvislosti můžeme položit je, zda se firma má držet etických zásad v tvrdém konkurenčním boji. Veřejnost dnes považuje chování firem za neetické, nemorální s jediným cílem – vydělat co nejvíc peněz a v co nejkratší době. Toto povědomí veřejnosti vyplývá z velké části z osobních zkušeností občanů s různými firmami.

Domnívám se, že řada společností si již dnes uvědomuje, že dobrá pověst, dobré obchodní jméno a důvěra zákazníka znamená pro firmu často mnohem víc, než momentální rychlý zisk. Je proto velmi potěšující, že jsem měl možnost při tvorbě mé bakalářské práce spolupracovat s firmou, kde si již uvědomují důležitost etických norem v podnikání. Jejich dodržování a etické chování je v současnosti jasnou devízou firmy.

Je ale otázka, jakým směrem se bude dále rozvíjet ekonomická a s tím i etická situace firmy. Bude určitě zajímavé dále sledovat rozvoj a prosperitu této malé firmy a s tím související možnou změnu etického klimatu ve firmě.

Závěrem je možno konstatovat, že pokud se podaří zlepšit etiku v podnikání obecně, dá se předpokládat, že se nebudeme tolik setkávat s podvodníky a firmami, které nejednají čestně. Zlepšení podnikatelského prostředí si přejeme všichni.

Seznam použité literatury:

- ANZENBACHER, A. *Úvod do etiky*, vydal Zvon, české katolické nakladatelství a vydavatelství, Praha 1992, ISBN: 80-7113-111-3
- BARRY, N. *Business Ethics*. West Lafayette : Purdue University Press, 1999. 191 s. ISBN 1-55753-162-5.
- BLÁHA, J. *Podnikatelská etika – předpoklad úspěšného rozvoje organizace*. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2001. 203 s. ISBN 80-248- 0008-X.
- BLÁHA, J.; DYTRT, Z. *Manažerská etika*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003. 155 s. ISBN 80-7261-084-8.
- CRANE, A.; MATTEN, D. *Business ethics*. 2nd ed. New York: Oxford, 2007. 566 p. ISBN 97-80-199284- 993.
- DYTRT, Z.; a kolektiv *Etika v podnikatelském prostředí*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 196 s. ISBN 80-247-1589-9.

- PUTNOVÁ, A.; SEKNIČKA, P.; UHLÁŘ P. *Etické řízení ve firmě*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 168 s. ISBN 978-80-247-1621-3.
- KRYMLÁKOVÁ, H a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009. 243 s. ISBN 978-80-248-2092-7.
- ROLNÝ, I. *Etika v podnikové strategii*. 1. vyd. Boskovice: Albert, 1998. 113 s. ISBN 80-85834-53-7.
- SURYNEK, A., KOMÁRKOVÁ, R., KAŠPAROVÁ, E. *Základy sociologického výzkumu*. 1. vydání Praha, Management Press 2001, 160 s. ISBN 80-7261-038-4

Internetové zdroje:

- <www.desaka.cz>
- <www.transparency.cz>

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- byl jsem seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona,
- bylo sjednáno, že užít své dílo bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

.....

Jméno a příjmení studenta

.....

Adresa trvalého pobytu studenta:

Seznam obrázků:

Obrázek č. 1.1. Rozdělení etiky

Obrázek č. 1.2. Významné dokumenty o lidských právech

Obrázek č. 1.3. Dimenze podnikatelské etiky

Obrázek č. 1.4. Zisk v systému tržního hospodářství

Obrázek č. 1.5. Vlivy na etické jednání

Obrázek č. 1.6. Participující skupiny

Seznam grafů:

Graf č. 1.1 Zavedení etického kodexu dle velikosti firem

Graf č. 2.1 Důležitost zabývat se etikou v podnikání

Graf č. 2.2 Etické chování podnikatelských subjektů

Graf č. 2.3 Vývoj situace v oblasti podnikání v ČR

Graf č. 2.4 Srovnání situace s hlediska dodržování etiky v podnikání v ČR a EU

Graf č. 2.5 Přínos (význam) etického chování

Graf č. 2.6 Vyplatí se chovat eticky?

Graf č. 2.7 Je chování firmy etické?

Graf č. 2.8 Úroveň etiky za poslední dva roky ve firmě.

Graf č. 2.9 Etika jako součást strategie firmy

Graf č. 2.10 Existují pravidla ve firmě pravidla chování?

Graf č. 2.11 Existence etického kodexu

Graf č. 2.12 Potřeba zavedení etického kodexu do firmy

Graf č. 2.13 Finanční náročnost zavedení etického kodexu

Graf č. 2.14 Prohřešky na pracovišti

Graf č. 2.15 Výskyt prohřešků

Graf č. 2.16 Řešení prohřešků

Graf č. 2.17 Upozornění na prohřešek

Graf č. 2.18 Pohlaví

Graf č. 2.19 Věk

Seznam tabulek:

Tabulka č. 1 Základní majetková struktura společnosti Desaka s.r.o.

Seznam příloh:

Příloha č. 1 Dotazník